

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

**MAGISTERSKÉ PREZENČNÍ STUDIUM
2013–2015**

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Lucie Myslivečková

Olympijské hry a média ve 21. století

Praha 2015

Vedoucí diplomové práce:

ThDr. et PhDr. Radek Mezuláník, Ph.D.

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

**MASTER FULL-TIME STUDIES
2013–2015**

DIPLOMA THESIS

Lucie Myslivečková

Olympic Games and media in 21. century

Prague 2015

The Diploma Thesis Work Supervisor:

ThDr. et PhDr. Radek Mezuláník, Ph.D.

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a uvádím v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne 20. května 2015

Lucie Myslivečková

Poděkování

Chtěla bych poděkovat vedoucímu své práce ThDr. et PhDr. Radku Mezuláníkovi, Ph.D. za jeho ochotnou pomoc a rady, které mi pomohly při zpracování diplomové práce. Také bych ráda poděkovala MgA. Michalovi Jurmanovi, který mi pomohl se zpracováním praktické části.

Anotace

Diplomová práce se v teoretické části věnuje vysvětlení pojmu sport, jeho významu v lidském životě a historickými souvislostmi tohoto fenoménu. V práci je podrobně rozebrán význam olympismu, vývoj olympijské myšlenky a vliv médií na koncept olympijských her, jako základní stavební kámen šíření myšlenek jejich zakladatele. Praktická část na základě dotazníkového šetření a hloubkových rozhovorů přináší odpovědi na otázky, jak vnímají vliv médií na olympijských hrách diváci a samotní účastníci této nejsledovanější sportovní akce. Práce se soustřeďuje na motivační faktory účasti sportovců na olympijských hrách a zkoumá, zda jsou média přínosem pro rozvoj a šíření myšlenek olympijského hnutí.

Klíčová slova

Fair play, internet, komercializace olympijských her, olympijské hry, olympismus, přímý přenos, sport, sportovní zpravodajství, televize.

Annotation

The diploma thesis explains in its theoretical part the word 'sport', its significance in human life and historical context of this phenomenon. The thesis examines in detail the importance of the Olympic Games, evolution of the Olympic idea and influence of media on the concept of the Olympic Games which represent an essential building block of spreading Olympism. The practical part answers the question of how the influence of media on the Olympic Games is perceived by viewers and participants themselves based on questionnaires and in-depth interviews. It focuses on motivational factors for athletes to compete in the Olympic Games and examines if they contribute to spreading of ideas of Olympic movement and how important role are media playing in their mediation.

Keywords

Commercialization of the Olympic Games, live broadcast, Olympic games, olympism, sport, sports news, television, viewer ratings.

OBSAH

ÚVOD	8
TEORETICKÁ ČÁST	10
1. SPORT	10
1.1 Vymezení pojmu sport a hra.....	10
1.2 Sport jako společenský fenomén	11
2. HISTORIE SPORTU.....	12
2.1 Sportovní hry v antice.....	13
2.2 Historický vývoj sportu	16
3. Olympijské hry	19
3.1 Olympismus.....	19
3.2 Olympijské hry jako největší sportovní událost	21
3.3 Olympijská symbolika	22
3.4 Vývoj olympijské myšlenky.....	26
3.5 Olympijské hry od roku 2000	29
4. Sportovní žurnalistika.....	39
4.1 Vznik a vývoj masových médií	39
4.2 Vznik a vývoj sportovní žurnalistiky	40
4.3 Význam a historie přímých přenosů v audiovizuálních médiích	41
4.4 Sportovní žurnalistika v současnosti	45
4.5 Vztah médií, sportu a olympijských her	49
PRAKTICKÁ ČÁST.....	52
5. VYMEZENÍ CÍLE	52
6. POUŽITÉ METODY	54
7. HARMONOGRAM POSTUPU – Dotazník	55
7.1 Přípravná fáze	55
7.2 Realizační fáze.....	56
7.3 Vyhodnocovací fáze	57
8. CHARAKTERISTIKA ZKOUMANÉHO VZORKU	58
8.1 Interpretace výsledků.....	76
9. HARMONOGRAM POSTUPU – Hlubkové rozhovory	78
9.1 Přípravná fáze	78
9.2 Realizační fáze – výběr respondentů	78
9.3 Vyhodnocovací fáze	79
10. ANALÝZA DAT – Hlubkové rozhovory	80
10.1 Interpretace výsledků	87
ZÁVĚR.....	88
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	91
SEZNAM GRAFŮ	96
SEZNAM PŘÍLOH.....	97

ÚVOD

Sport zaujímal v lidském životě důležité místo již od nepaměti. Sportovní činnost se vyvíjela a stále vyvíjí v kontextu kulturním, sociálním a historickém a patří mezi kulturu tělesnou. Zakladatel olympijských her baron Pierre de Coubertin chápal sport jako nástroj sebezdokonalování a utužení charakteru jednice. Jeho myšlenka, jež měla posunout sport mnohem dál, než bylo v té době dosud běžné, dala vznik v současnosti divácky nejoblíbenější sportovní akci v dějinách, olympijským hrám.

Diplomová práce si klade za cíl zmapovat a popsat historický vývoj sportu, olympijské myšlenky a její funkčnost v dnešním světě médií. Jedním z cílů je také popsat vývoj sportu a olympijské myšlenky a zakomponovat funkci a působení médií na tuto stále se rozvíjející myšlenku, která má svůj původ již mnoho let před naším letopočtem.

Teoretická část vychází z pojmu sport, popisuje význam tohoto fenoménu v lidském životě a zkoumá tento jev v historickém, sociálním i kulturním kontextu. Podrobně rozebírá myšlenku olympijského hnutí od dob jeho zakladatele přes historický vývoj až do dnešního pojetí.

Obsahem praktické části je analýza a interpretace výsledků dotazníkových šetření provedených na vzorku populace a hloubkových rozhovorů provedených s účastníky olympijských her. Cílem této části práce bylo porovnat teoretické východiska práce s výsledky z průzkumu a s názory vrcholových sportovců, kteří se sportovními médii pracují nejenom po dobu konání olympijských her. Následná interpretace měla potvrdit nebo vyvrátit stanovené hypotézy: Hypotéza 1: Dotázaní sledují v době konání olympijských her sport častěji než obvykle. Hypotéza 2.: Většina dotázaných se díky olympijským hrám dozvěděla o nějakém sportu poprvé. Hypotéza 3.: Většina respondentů souhlasí s tvrzením, že informace, které získávají o olympiádě, jsou ovlivněny médii a sponzory. Hypotéza 4.: Respondenti souhlasí s tvrzením, že nejvěrohodnější informace podávají média veřejné služby. Hypotéza 5.: Většina respondentů si myslí, že média věnují během olympiády všem sportům stejnou pozornost. Hypotéza 6.: Účast na olympiádě je pro sportovce nejvyšší možnou motivací k tréninku. Hypotéza 7.: Během olympijských her sportovci pocítují tlak ze strany

médií a sponzorů, nicméně nemají podle nich takovou moc, že by dokázaly úplně měnit olympijskou realitu.

Úkolem této práce bylo vybrat nejdůležitější faktory, které ovlivňují mediální zpracování olympijských her. Ke zpracování problematiky a vztahu olympijských her byla použita dostupná odborná literatura, akademické práce a internetové zdroje.

TEORETICKÁ ČÁST

1. SPORT

Materiálním základem olympismu je sport. Bez sportovních soutěží, pravidel, tréninku, sportovců, trenérů, funkcionářů, organizátorů, lékařů a diváků by olympijské ideály neměly smysl.¹

1.1 Vymezení pojmu sport a hra

Původní význam slova sport je odvozen z latinského „disportare“. Termín sport se začíná objevovat na počátku 14. století jako činnost, jejímž účelem je aktivní a pasivní zábava, odpočinek, rozptýlení a uvolnění se ve volném čase. Sportovní činnost jako taková je však stará jako lidstvo samo, alespoň pokud jde o její herní podstatu. Sport se ve svém filosofickém smyslu řadí mezi hry, což je v praktickém životě neužitečná, či dokonce zbytečná věc. Ve skutečnosti hra poskytuje svým účastníkům potěšení, radost, obveselení, zábavu a také rozptýlení a odpočinek, z čehož vyplývá, že naopak existence her je nutnou a potřebnou součástí plnohodnotného života. Hry jsou jistým protikladem k práci, ale současně jejím žádoucím doplňkem. Totéž lze vztáhnout i na mnohé sportovní aktivity.²

Německý fenomenolog Eugen Fink, který se ve své eseji Oáza štěstí věnuje hře a zmiňuje její nezastupitelnou úlohu: „*Hra není žádným okrajovým jevem v životní krajině člověka, žádným jen příležitostně vystupujícím, náhodným fenoménem. Hra náleží svou podstatou ke stavu bytí lidského pobytu, je to základní existenciální fenomén. Jistě není jediným takovým fenoménem vlastním a svěbytným, jenž nemůže být odvozen z jiných životních jevů.*“³

¹ DOVALIL, J, K BAUER, T DOLEŽAL, A HOGENOVÁ, M CHALUPECKÁ, M CHOUTKA, N KNORRE, F KOLÁŘ, A RYCHTECKÝ, et al. *Olympismus*. 1. vyd. Praha: Olympia, 2004. ISBN 80-7033-871-7. s. 9.

² Tamtéž s. 10

³ DĚKANOVSKÝ, J. *Sport, média, mýty: Zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové*. 1. vyd. Praha: Dokořán, 2008. ISBN 978-80-7363-131-4. s. 3

Různé formy pohybových aktivit, které mají jeden nebo více znaků hry, můžeme pozorovat ve všech etapách lidského vývoje. Sport je ve své podstatě také hrou.⁴

1.2 Sport jako společenský fenomén

Sport patří v současném světě k nejvýraznějším společenským fenoménům. Ovlivňuje mnoho obyvatel, dotýká se různých organizací, hnutí a skupin bez rozdílu ideologického, filosofického či náboženského zaměření.⁵ Ať již v podobě vlastního aktivního sportování populace, či v podobě „pasivní“ divácké konzumace, je jedním z důležitých sociálních jevů, jež zasahuje do ekonomiky, politiky, ovlivňuje umění a modifikuje výchovu. „*Je celosvětově jedním z nejvýznamnějších prostředků masové zábavy a vyplňuje volný čas značné části populace.*“⁶

Tohoto velkého potenciálu, jež sport má, si byl vědom i sám zakladatel novodobého olympismu: „*Sport může mít blahodárny vliv či škodlivý vliv. Záleží na tom, jak se k němu postavíme a jaké mu dáme zaměření. Může vyvolat nejušlechtlejší touhy, ale i nejnižší pudy, může rozvíjet smysl pro čest a spravedlnost, ale také chamtivost. Může být rytířský i zkažený. Sportu můžeme použít k upevňování míru stejně dobře jako k přípravě války.*“ A tak musíme mít stále na paměti, že sport nepředstavuje pouze příležitost k výchově, ale i k obchodu, přináší nám radost i uspokojení, avšak také smutek a zklamání, nabízí volnost i přátelství, ale i odříkání a nevraživost.⁷

Za zmínku stojí také přístup kanadského teoretika médií Marshalla McLuhana, který zařazuje hry a sport mezi prostředky mezilidské komunikace. Sport označuje za populární umění. Přičítá mu také schopnost, která umožňuje poodstoupit od materiálních tlaků rutiny a konvence, pozorování a dotazování. Jan Děkanovský ve své knize Sport, média a mýty zmiňuje názory jiných autorů, například: „*Olympijské*

⁴ DOVALIL, J, K BAUER, T DOLEŽAL, A HOGENOVÁ, M CHALUPECKÁ, M CHOUTKA, N KNORRE, F KOLÁŘ, A RYCHTECKÝ, et al. *Olympismus*. 1. vyd. Praha: Olympia, 2004. ISBN 80-7033-871-7. s. 10

⁵ Tamtéž. s.8

⁶ SLEPIČKA, Pavel a kol. *Divácká reflexe sportu*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2010. ISBN 978-80-246-1838-8. s. 11

⁷ DOVALIL, J, K BAUER, T DOLEŽAL, A HOGENOVÁ, M CHALUPECKÁ, M CHOUTKA, N KNORRE, F KOLÁŘ, A RYCHTECKÝ, et al. *Olympismus*. 1. vyd. Praha: Olympia, 2004. ISBN 80-7033-871-7. s. 8

medaile a tenisové trofeje znamenají jen to, že jejich držitelé vykonali něco neprosto neužitečného, jenomže lépe než všichni ostatní.“ Jinými slovy, že vrcholový sportovec je člověk provozující zcela iracionální činnost, kterou provozuje maximálně racionálním a sofistikovaným způsobem.⁸

Evropská charta sportu vystihuje termín sport jako všechny formy tělesné činnosti, které ať již prostřednictvím organizované účasti či nikoli, si kladou za cíl projevení či zdokonalení tělesné i psychické kondice, rozvoj společenských vztahů, nebo dosažení výsledků v soutěžích na všech úrovních.⁹

Zakladatel novodobých olympijských her (OH) baron Pierre de Coubertin však necharakterizoval jakýkoliv sport, nýbrž sport, založený na výkonu a soutěživosti, na zásadách čestného jednání, korektnosti a internacionality, sport, který je šlechetný a estetický. Toto pojetí sportu měly v jeho pojetí veřejně reprezentovat slavnosti olympijských her a sportovci, kteří se her zúčastňují. Byl natolik realistický, aby viděl, že samotné myšlenky nemají dostatečnou propagační sílu k tomu, aby se olympismus stal světově známým. K tomu měly sloužit co možná nejpůsobivější olympijské hry a jejich ceremoniály.¹⁰

2. HISTORIE SPORTU

Jak již bylo řečeno v předchozí kapitole sportovní hry jako způsob odreagování a trávení volného času byli lidstvu známy dávno v jeho historii. Již pravěcí lidé spolu bojovali, aby uvolnili přebytečnou energii. Nejstarší tělovýchovnou soustavu známe ze starověké Číny, na území Indie, Střední Asie, Jižní Ameriky a oblast východního

⁸ DĚKANOVSKÝ, J. *Sport, média, mýty: Zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové*. 1. vyd. Praha: Dokořán, 2008. ISBN 978-80-7363-131-4. s. 23

⁹ *Evropská charta sportu* [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://www.cuscz.cz/files/291NjZ.pdf> s. 2

¹⁰ DOVALIL, J, K BAUER, T DOLEŽAL, A HOGENOVÁ, M CHALUPECKÁ, M CHOUTKA, N KNORRE, F KOLÁŘ, A RYCHTECKÝ, et al. *Olympismus*. 1. vyd. Praha: Olympia, 2004. ISBN 80-7033-871-7. s. 25

Středomoří.¹¹ Odtud se pak přes Krétu dostal sport a tělovýchova na území antických městských států.

Sport se jako sociálně-kulturní jev se mění v kontextu místa a času. „*Jeho základní rys však stále přežívá: Radost ze zdravého pohybu čelící civilizačním nástrahám každodennosti.*“¹² V této kapitole je stručně popsána historie sportu napříč dějinami lidstva. Nejvýznamnějším průkopníkem byly městské státy antického Řecka, které jako první provozovali sportovní událost známou jako olympijské hry.

2.1 Sportovní hry v antice

Řekové vstoupili do dějin civilizace jako první evropský národ. Je známý a uznávaný především jejich přínos umění i vědy, ale také v pěstování tělesných cvičení. Dnes známá tělesná kultura a sport, byla v tehdejší Řecku všeobecně rozšířená a tvořila neoddělitelnou součástí jejich života. V mnoha oblastech dosáhli takové úrovně, že po jejich zániku trvalo lidstvu víc než tisíc let, aby se řecké civilizaci vyrovnalo. Počátky sportu a her se v Řecku datují do předřeckého osídlení na Krétě. Archeologické nálezy dokumentují býčí hry, tanec, box i zápas a jejich kombinace.¹³ „*Všennárodní hry byly celkem čtyři z nich dnes nejznámější hry Olympijské.*“

Počátek antických olympijských her je, jako mnohé v řecké historii, opředeno mýty, avšak bezpečné zprávy o nich pocházejí z roku 776 před naším letopočtem.¹⁴ Samotná myšlenka olympijských her spadá do období před 3000 lety, kdy si tehdejší panovník krajiny Élidy na poloostrově Peloponésu, hrdinný Ífitos, uvědomil nesmyslnost stálého válčení, které ničilo životy, hospodářství a obchod. Podle starých bájí se vydal na nebezpečnou cestu do Delf, aby o tom promluvil s bohem Apollónem. Prostřednictvím Apollónovy kněžky Pýthie dostal radu uspořádat atletické hry u

¹¹ NOVOTNÝ, František. *Stručný přehled dějin tělesné výchovy a sportu: magisterské studijní programy: bakalářské studijní programy: studijní opora pro prezenční i kombinovanou formu studia*. Vyd. 1. V Ústí nad Labem: Univerzita J.E. Purkyně, 2006. 94 s. Skripta. ISBN 80-7044-833-4. s. 8-12

¹² SEKOT, A. *Sociologické problémy sportu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2562-8. s. 14.

¹³ DOVALIL, J, K BAUER, T DOLEŽAL, A HOGENOVÁ, M CHALUPECKÁ, M CHOUTKA, N KNORRE, F KOLÁŘ, A RYCHTECKÝ, et al. *Olympismus*. 1. vyd. Praha: Olympia, 2004. ISBN 80-7033-871-7. s. 29

¹⁴ *Olympijské hry - historie* [online]. [cit. 2015-05-25]. ISSN <http://www.odmaturuj.cz/dejepis/olympijske-hry-historie/>

soutoku řek Alfeas a Kladeos, zvaném Olympia, poutním místě s chrámem Dia a Hery. Tyto sportovní hry nebyly v Řecku první, ale byly vyvýšeny nad ostatní, protože se na počest boha Dia v průběhu jejich trvání nesmělo válčit. Podle filozofa Aristotela králové Ífitos, Lykúrgos ze Sparty a Kleisthenés ustanovili olympijské příměří zvané ekercheiriá, což ve volném překladu znamená „držet ruce pryč od něčeho“ (zbraní, sporů a válek), a ještě volněji „držet se za ruce“. Hry se konávaly každé čtyři roky a během nich se problémy mely řešit vzájemnou spoluprací. Kdo by se opovážil vstoupit na závodistiště se zbraní, byl by potrestán smrtí. Zpočátku bylo příměří dodržováno měsíc, později čtvrt roku. Plnilo svou funkci tak úspěšně, že zůstalo neoddělitelnou součástí olympijských her dalších téměř dvanáct set let.¹⁵

„Počátek slavností byl ryze náboženský a zahájily jej slavné oběti v posvátném háji Altidě.“¹⁶ Teprve poté mohly samotné závody začít. Her se mohl zúčastnit pouze svobodný občan, který podal průkaz o způsobilosti k odvětví, ke kterému se přihlásil. V Olympii se v době setkávali nejen sportovci, ale i společenská, umělecká a politická elita. Hry nabývaly na významu, přítomností státníků se staly politickou a společenskou událostí velkého významu. Závodníci soutěžili nazí, a proto byla ženám účast na hrách odepřena. Ženy závodily jen v běhu o závod. Hry byly nejuznávanějším národním svátkem. Jejich program byl tvořen náboženskými rituály, obětmi bohům, průvody a uměleckými výstupy.

Závodilo se například v běhu, či běhu s překážkami, ve skoku do výšky i do dálky, v zápolení, v jízdě na koních a šplhu. Nejvýznamnější disciplínou byl hod oštěpem a diskem, neboť to podle tehdejších Řeků dokazovalo sílu a zručnost závodníka. Prvním vítězem olympijských her byl Koroibos. Součástí her byly i hry duchovní. Básníci předčítali svá dramata. Soutěžilo se také v hudbě. Součástí olympijských her byla i výtvarná a průmyslová výstava různých umělců. Vítězství v hrách bylo pro každého Řeka ideálem života a bylo považováno za vrcholný životní úspěch.

¹⁵ FIKOTOVÁ-CONNOLLYOVÁ, O. *Kruhy osudu*. 1. vyd. Řitka: Daranus, 2007. ISBN 978-80-86983-28-8. s. 5

¹⁶ *Olympijské hry - historie* [online]. [cit. 2015-05-28]. Dostupné z: <http://www.odmaturuj.cz/dejepis/olympijske-hry-historie/>

Organizaci her, příprav a vrchní řízení měl na starosti zvláštní výbor a na dodržování pravidel dohlíželo dvanáct soudců (helanodiků), činní byli i další funkcionáři. Ekonomické zajištění umožnily příjmy z her a podíly z válečných kořistí. Hry většinou trvaly sedm dní a vítězové byli odměňováni olivovými věnci. Na oslavu vítězů byly stavěny jejich sochy v posvátném háji a jejich vítězství bylo oslavováno více než návrat slavného bojovníka. Olympijské hry vedly tedy k utužení jednoty helénské a především k povznesení státu peloponéskeho – Sparty.¹⁷

Kolem roku 338 před naším letopočtem začal význam olympiády upadat. Morální hodnota mnoha soutěží se začala vytrácet. S příchodem Křesťanských Římanů za vlády císaře Theodosia byly v roce 393 n. l. zrušeny všechny pohanské slavnosti včetně her olympijských.¹⁸¹⁹

¹⁷ Tamtéž

¹⁸ FIKOTOVÁ-CONNOLLYOVÁ, O. *Kruhy osudu*. 1. vyd. Řitka: Daranus, 2007. ISBN 978-80-86983-28-8. s. 5

¹⁹ SEKOT, A. *Sociologické problémy sportu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2562-8. s. 14

2.2 Historický vývoj sportu

Středověk se vyznačuje především velkou mocí římsko-katolické církve. Ke středověkým zábavám byl přístup církve ve většině případů odmítavý a na rozvoj tělesné kultury ve středověku měla negativní vliv. Křesťanství vycházelo z předpokladu, že jakákoli aktivita, z níž plyne rozvoj těla, je hříšná. Proto, že byly tělesné projevy vyloučeny z křesťanského kultu, nemohly se legálně rozvíjet. Rozvíjely se tak mimo náboženský ceremoniál a proti křesťanské ideologii. Církev některé aktivity přejímala a pokoušela se je využít pro svůj prospěch například tanec.

V životě středověkého člověka bylo pohybu určitě dostatek. Práce byla fyzicky náročná a pracovní doba přesahovala obzvlášť v letních měsících půlku dne. Z výše uvedené definice sportu však můžeme málokterou středověkou aktivitu označit za sport.²⁰ S jistotou můžeme za sport považovat rytířské turnaje, které se v Evropě rozvíjí od počátku 9. století.

Sportovní aktivity se vyvíjely po celém světě. Například v Japonsku se na počátku prvního tisíciletí objevují míčové hry, zřejmě převzaté z Číny, a zápasy sumo. V Evropě byl sport i nadále hlavně rytířskou aktivitou – kolem 11. století se v Německu konaly turnaje s účastí až čtyřiceti tisíc rytířů, v polovině 12. století se pak v Anglii soutěžilo i v lukostřelbě. Později se turnaje začaly spojovat také s jezdeckými závody a souboji šermířů. Postupně se rytířské závody propojovaly i s jinými soutěžemi a konaly se mezinárodně.²¹

Rytířský výcvik, měl na jedné straně za úkol vycvičit neohrožené válečníky, ale na straně druhé měl rytíře připravit na život mezi válkami. Proto vznikl ucelený soubor výchovy nazývaný „Sedm rytířských ctností“. Patřily mezi ně jízda na koni, plavání, střelba z luku, šerm a zápas, lov, hra v šachy a veršování.²²

Od roku 1450 se ve Skotsku začaly objevovat rané formy golfu a hokeje.

²⁰ MEZNÍK, J. *Středověké hry a sport* [online]. Brno, 2008 [cit. 2015-05-20]. Bakalářská práce, Fakulta sportovních studií, Katedra pedagogiky a sportu. Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Radim Šíp, Ph.D. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/110442/fsps_b/ s. 22

²⁰ SEKOT, A. *Sociologické problémy sportu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2562-8. s. 16-22

²¹ Tamtéž s. 14-15

²² MEZNÍK, J. *Středověké hry a sport* [online]. Brno, 2008 [cit. 2015-05-20]. Bakalářská práce, Fakulta sportovních studií, Katedra pedagogiky a sportu. Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Radim Šíp, Ph.D. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/110442/fsps_b/ s. 22

Od sedmdesátých let 16. století byly v Japonsku známy tyto sporty: polovojenské sporty, jezdeckví, lukostřelba, šerm, hod oštěpem, střelba a bojová umění, zejména ju-jitsu. V Evropě se tou dobou pořádaly štvance lovné zvěře, zápasy psů, medvědů, kohoutů a venkovské dostihy, na které již v té době uzavírali měšťané sázky.²³ Sázky a společenské hry, které bychom dnes označili za hazardní, se ve středověku i přes církevní zákaz těšily velké oblibě. Mezi nejoblíbenější patřily zejména šachy, karty a kostky.²⁴

Počátkem novověku se Evropa začala postupně vymaňovat ze striktního řádu a způsobu života nastoleného římskokatolickou církví, a tak mohlo docházet ke svobodnému rozvoji nových sportovních odvětví. Začaly se vytvářet první sportovní kluby a instituce. První sportovní klub byl založen v roce 1787 v Marylebone a založili jej hráči kriketu.²⁵ Na území Anglie se sport rozvíjel velmi rychle, roku 1800 se poprvé konaly dostihy na vyhrazených oplocených závodištích.

O něco později, v roce 1836, se v Japonsku začalo závodit ve vzpírání. Sportovní vývoj neustal ani na západě. V polovině 19. století byla ve Spojených státech amerických založena Národní asociace baseballových hráčů, kterou známe dodnes. Rok 1862 byl pro Česko i Slovensko z hlediska sportu velmi významný. V České republice byla založena tělovýchovná organizace Sokol a na Slovensku byl téhož roku založen Bratislavský veslařský spolek.

V Anglii se postupně z fotbalu a kriketu vyvinulo jedno z dnes nejoblíbenějších sportovních odvětví – ragby. V roce 1863 vytvořilo vlastní sportovní federaci. O pět let později se v Anglii vytváří institucionalizované základy pro box. V Čechách se v roce 1869 vytvořen tělocvičný spolek paní a dívek pražských. Od roku 1870 dochází v Evropě, Spojených státech a Japonsku k racionalizaci sportu, rozvoji tréninkových metod a růstu organizovanosti jednotlivých sportovní odvětví. Dochází také k rozdělení amerického fotbalu a ragby. 80. léta 19. století jsou ve znamení velké popularity

²³ SEKOT, A. *Sociologické problémy sportu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2562-8. s. 15

²⁴ MEZNÍK, J. *Středověké hry a sport* [online]. Brno, 2008 [cit. 2015-05-20]. Bakalářská práce, Fakulta sportovních studií, Katedra pedagogiky a sportu. Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Radim Šíp, Ph.D. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/110442/fsps_b/ s. 22

²⁵ SEKOT, A. *Sociologické problémy sportu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2562-8. s. 15

cyklistiky na území Evropy a Severní Ameriky. Na území České republiky vzniká instituce Sokol a v roce 1882 byl uspořádán vůbec první Sokolský slet v Praze.²⁶

Druhá polovina 19. století znamenala vznik národních sportovních svazů a prvních mezinárodních federací. O jejich sjednocení se zasloužil francouzský baron Pierre de Coubertin, který se pokusil se nejprve sjednotit sportovní svazy ve své zemi a poté i v zahraničí. 25. listopadu 1892 poprvé veřejně vystoupil s myšlenkou obnovit antické hry. Z jeho podnětu se uskutečnila 16. června 1894 mezinárodní konference v Paříži. Na tuto konferenci vyslalo své zástupce třináct zemí, dalších 21 zemí písemně ohlásilo souhlas s jejím usnesením. Konference, na návrh Řecka, rozhodla uspořádat první novodobé olympijské hry v roce 1896 v Aténách.²⁷

²⁶ SEKOT, A. *Sociologické problémy sportu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2562-8. s. 15.

²⁷ DOVALIL, J, K BAUER, T DOLEŽAL, A HOGENOVÁ, M CHALUPECKÁ, M CHOUTKA, N KNORRE, F KOLÁŘ, A RYCHTECKÝ, et al. *Olympismus*. 1. vyd. Praha: Olympia, 2004. ISBN 80-7033-871-7. s. 62-63

3. OLYMPIJSKÉ HRY

Každé dva roky se na jednom místě setkávají tisíce sportovních nadšenců. Ať se jedná o sportovce, pořadatele, trenéry, pracovníky médií nebo diváky, jejich cíl je společný, největší sportovní událost na světě. Akce, která překračuje politické a kulturní hranice, založená na myšlence propagující jednotu světa.

Od svých relativně skromných počátků v 90. letech 19. století přes všemožné krize a světové války olympijské hnutí stále roste. Pro mnoho nejlepších sportovců na světě představuje získání zlaté olympijské medaile nejvyšší možné ocenění, o které během své sportovní kariéry usilují.

Uplynulo více jak sto let moderních olympijských her, tohoto nejvíce na veřejnosti viditelného projevu olympismu. Jejich existenci dnes bereme na vědomí zcela samozřejmě. Můžeme se však ptát: Proč se každé čtyři roky na dva týdny světová pozornost obrací na olympijské stadiony? V čem tkví tajemství jejich přitažlivosti? A proč se staly fenoménem 20. století? A co je vlastně olympismus?²⁸

3.1 Olympismus

Olympismus je filosofií, vyváženě spojující tělesnou zdatnost, vůli a ducha v jeden celek. Smyslem olympismu je zapojit sport do procesu harmonického rozvoje člověka. Zatím účelem vyvíjí olympijské hnutí samo nebo ve spolupráci s dalšími organizacemi činnost ve prospěch míru.

Cílem olympijského hnutí je přispívat k budování mírového a lepšího světa prostřednictvím sportu prováděným bez jakékoliv diskriminace a v olympijském duchu, to je spojením vzájemného porozumění, ducha přátelství, solidarity a fair play.

Podle olympijské charty by měl mít každý jednotlivec možnost provozovat sport podle svých potřeb.²⁹

Filosofická podstata olympismu vychází z myšlenek, představ a vizí zakladatele novodobých olympijských her Pierra de Coubertina. Coubertin uskutečnil myšlenkový

²⁸ DOVALIL, J, K BAUER, T DOLEŽAL, A HOGENOVÁ, M CHALUPECKÁ, M CHOUTKA, N KNORRE, F KOLÁŘ, A RYCHTECKÝ, et al. *Olympismus*. 1. vyd. Praha: Olympia, 2004. ISBN 80-7033-871-7. s. 7.

²⁹ *Olympijská charta*. Praha: Český olympijský výbor, [199-]-. Olympijská knihovnička. s. 8

pokus své doby, když se snažil využít sport a olympijské hry k záměrům, jež samotný sport přesahují. Vznik olympijských her byl podmíněn dobovými souvislostmi, vývojem společnosti i samotného sportu. Vznik olympismu a novodobých olympijských her přímo souvisí se snahou reagovat na složité společenské podmínky v zemích západní Evropy ve druhé polovině 19. století. Ačkoliv sport v té době zažíval nebývalý rozmach, probíhali tou dobou také bouřlivé společenské změny. Podílely se na nich kromě technických a ekonomických věd i vědy společenské.

Díky Coubertinovu velkému obdivu k antice se těžištěm olympismu stal ideál kalokagathie, což ve volné překlada znamená krása těla a ducha zároveň. Coubertin myšlenku ještě rozvedl. Podle něj je člověk tělo, duch a charakter a právě ten se podle jeho úvah neměl budovat duchem, ale tělem, tudíž pohybovou činností. Dále popisoval sport jako cílevědomou snahu o sebezdokonalování cestou zvyšování výkonu. Cvičení však chápal jako rozvoj svalů, rozumu, charakteru a vědomí, nikoliv pouze fyzickou činnost. Z jeho úst pochází dnes již notoricky známý výrok, že není důležité vyhrát, ale zúčastnit se.

Ve svém humanistickém pojetí sportu sledoval Coubertin i další cíle, jako například demokratizace společnosti. Sport měl podle něj být prostředkem k vytváření a kultivaci mezilidských vztahů a také práv všech občanů bez rozdílu věku, pohlaví, společenského postavení, rasy, náboženského či politického vyznání. Zakladatel novodobých olympijských her do svého konceptu začlenil ideál amaterismu, čímž chtěl dosáhnout toho, aby se materiální zájmy o zisk nestaly hlavním motivem ovládajícím sport. Nicméně tušil, že udržet v moderním světě tuto zásadu, bude obtížné. Další zásadou, které přikládal velký význam, byla zásada fair play, kterou měli sportovci podle jeho vize zakotvit vlastními zkušenostmi a zážitky, jež budou tuto zásadu podporovat.³⁰

Na těchto ideových základech bylo iniciováno obnovení novodobých olympijských her. Olympijské hry mají veřejně reprezentovat hlavní myšlenky olympijského hnutí a sportovci, jež se olympijských her účastní, jsou vyslanci

olympijského poselství do celého světa. Svým způsobem tak pochopil fungování médií ještě předtím, než začala doba přímých přenosů a masového diváckého zájmu o sport.³¹

3.2 Olympijské hry jako největší sportovní událost

Olympijské hry jsou v současnosti nejvýznamnějším světovým svátkem sportu, přátelství, míru a festivalem kultury. Jako světový fenomén jsou nejviditelnějším projevem olympismu. Provází je obrovský mediální a divácký zájem. Prostřednictvím olympijských her se ideje jejich zakladatele dostávají do povědomí lidí na celé Zemi. Podle Koláře je nepochybné, že olympijské hry vytvářejí trvalé sportovní, výchovné a kulturní hodnoty. Přispívají k demokratizaci národní politiky, pomáhají eliminovat rasovou i sociální nesnášenlivost a podněcují umění.³²

V obnovení olympijských her spatřoval jejich zakladatel možnost vychovávat mladou generaci skrz v té době stále populárnější činnost, jakou se postupně stával sport. Chtěl, aby sport přispíval ke vzájemné spolupráci a přátelství všech národů. Byl si však vědom toho, že tato mírumilovná myšlenka může být zneužita k mocenským cílům.³³ Proto v té době vznikla Olympijská charta, základní dokument ústavní charakteru Mezinárodního olympijského výboru.³⁴ První Olympijská charta byla přijata v červnu 1921 na kongresu MOV v Laussane.³⁵

Mezinárodní olympijský výbor

Mezinárodní olympijský výbor (MOV) byl jmenován 23. června 1894 a měl řídit všechny budoucí záležitosti olympismu. MOV je nejvyšším orgánem olympijského hnutí dodnes. Má za úkol vzájemnou spolupráci jednotlivých národních olympijských výborů, mezinárodních sportovních federací, sportovců, organizačních výborů, TOP partnerů, partnerů vysílání a agentury OSN. Svých cílů šíření olympismu dosahuje

³¹ DOVALIL, J, K BAUER, T DOLEŽAL, A HOGENOVÁ, M CHALUPECKÁ, M CHOUTKA, N KNORRE, F KOLÁŘ, A RYCHTECKÝ, et al. *Olympismus*. 1. vyd. Praha: Olympia, 2004. ISBN 80-7033-871-7. s. 20-25

³² Tamtéž s. 73

³³ Tamtéž. s. 24.

³⁴ *Olympijská charta* [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://www.olympic.cz/text/26--olympijska-charta>

³⁵ KOLÁŘ, F a J DOVALIL. *Mezinárodní olympijské hnutí a jeho vývoj* [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: http://www.olympic.cz/www/docs/osmus/mezinarodni_olympijske_hnuti_a_jeho_vyvoj.pdf

pomocí mnoha projektů a programů. Zajišťuje pravidelné konání olympijských her a dalších sportovních akcí, jež jsou pořádány pod jeho vedení. Mezi další aktivity podle olympijské charty spadá například podpora sportu a soutěží prostřednictvím národních a mezinárodních sportovních institucí na celém světě a podpora žen ve sportu. MOV se staví v opozice vůči všem formám komerčního využívání sportu a sportovců a má za úkol bojovat proti dopingu. Podporuje etiky ve sportu a fair play. Svým působením by také měl přispívat ke zvyšování povědomí o problémech životního prostředí. Prostřednictvím Olympijské solidarity (instituce MOV) zajišťuje finanční a vzdělávací podporu rozvojových zemí.³⁶

V čele výboru se od jeho vzniku vystřídal 8 předsedů, mezi nimiž byl i sám jeho zakladatel Coubertin. V současnosti je předsedou MOV bývalý německý olympijský medailista Thomas Bach.³⁷

Český olympijský výbor

Český olympijský výbor (ČOV) vznikl 18. května 1899 a hned v roce 1900 se jako první národní olympijský výbor na světě proměnil z dočasného ve stálý orgán. Po mnoha přerušeních svého fungování z důvodů politických patří v současnosti ČOV opět k členům olympijského hnutí a patří mezi nejstarší národní olympijské výbory na světě.³⁸ Dle Olympijské charty má jako každý národní olympijský výbor rozvíjet a šířit olympijské ideály a zastupovat a zabezpečovat účast České republiky na olympijských hrách. ČOV zastupuje zájmy českého sportu vůči státu, má za cíl zlepšení postavení sportu ve společnosti a usiluje o zlepšení financování sportu, zejména v oblasti mládeže.³⁹

3.3 Olympijská symbolika

³⁶ MOV [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://www.olympic.cz/text/24--mov>

³⁷ *Předsedou Mezinárodního olympijského výboru se stal Němec Bach. Rogge končí po dvanácti letech* [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://ihned.cz/c1-60670450-predsedou-mezinarodniho-olympijskeho-vyboru-se-stal-nemec-bach-rogge-konci-po-dvanacti-letech>

³⁸ DOVALIL, J, K BAUER, T DOLEŽAL, A HOGENOVÁ, M CHALUPECKÁ, M CHOUTKA, N KNORRE, F KOLÁŘ, A RYCHTECKÝ, et al. *Olympismus*. 1. vyd. Praha: Olympia, 2004. ISBN 80-7033-871-7. s. 93-100

³⁹ *Základní informace* [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://www.olympic.cz/text/9--zakladni-informace>

Během let si olympijské hry vytvořily soubor olympijských symbolů a zvyklostí, které hrám propůjčily jejich unikátní identitu. Dnes jsou nedílnou součástí olympismu, mají zjednodušeně vyjádřit olympijské ideály a jejich univerzalitu.⁴⁰

Olympijská vlajka

Olympijská vlajka je symbolem mezinárodního olympijského hnutí reprezentovaného Mezinárodním olympijským výborem. Vlajka má podobu bílého obdélníku, ve kterém je umístěno pět navzájem se protínajících kruhů modré, žluté, černé, zelené a červené barvy. Pět vzájemně propletených kruhů je zároveň nejvyšší olympijský symbol, který dokáže rozpoznat 90% obyvatel na celém světě. Symbol má charakterizovat vzájemnou provázanost a spolupráci všech kontinentů. Podobu vlajky navrhl v roce 1914 zakladatel moderního olympijského hnutí, baron Pierre de Coubertin.⁴¹⁴²

Olympijské heslo

Mezi další důležité symboly patří olympijské heslo „Citius, Altius, Fortius“, do češtiny přeloženo jako rychleji, výše, silněji. Toto krédo, jehož autorem je pedagog a sportovní funkcionář Henri Louis Rémy. Didon, má vyjadřovat poselství MOV ke všem, kdo k olympijskému hnutí náleží: usilovat o neustálý pokrok, vyniknout v souladu s duchem olympismu.⁴³

Olympijský oheň

Stoupající oheň vzhůru znázorňuje naše myšlenky, vzdoruje větru, jako by chtěl bojovat za svá práva a dým připomíná lidskou duši. Pohled do ohně navozuje snění, inspiruje k myšlenkám, stává se symbolem naděje, představuje obraz vítězství, ducha a

⁴⁰ DOVALIL, J, K BAUER, T DOLEŽAL, A HOGENOVÁ, M CHALUPECKÁ, M CHOUTKA, N KNORRE, F KOLÁŘ, A RYCHTECKÝ, et al. *Olympismus*. 1. vyd. Praha: Olympia, 2004. ISBN 80-7033-871-7. s. 34.

⁴¹Tamtéž. s. 34

⁴² MINAŘÍK, I. *Olympijské ideály: otazníky a vykřičníky* [online]. Brno, 2006 [cit. 2015-05-20]. Bakalářská práce, Masarykova univerzita, Fakulta sportovních studií, Katedra společenských studií. Vedoucí bakalářské práce: doc. PhDr. Aleš Sekot, CSc. Dostupné z: https://is.muni.cz/th/66187/fsps_b/Bakalarska_prace.pdf s. 16

⁴³ DOVALIL, J, K BAUER, T DOLEŽAL, A HOGENOVÁ, M CHALUPECKÁ, M CHOUTKA, N KNORRE, F KOLÁŘ, A RYCHTECKÝ, et al. *Olympismus*. 1. vyd. Praha: Olympia, 2004. ISBN 80-7033-871-7. s. 34

světlo pro všechny. Toto vše je symbolika také ohně olympijského, jež plál poprvé během olympijských her v roce 1928 v Amsterdamu. Oheň se zapaluje také při slavnostním zahájení her, hoří po celou dobu konání a uhasíná při závěrečném ceremoniálu. Ideovým tvůrcem přenášení olympijské pochodně byl Carl Diem, přední německý sportovní funkcionář. Štafeta vyjadřuje poselství generací neboli přenos ohně z generace na generaci. Nápad se realizoval poprvé v roce 1936, kdy za 12 dní doneslo 3075 běžců oheň z Olympie do Berlína.⁴⁴

Olympijská hymna

Olympijské hry mají také svou hymnu, kterou složil Řek Spyros Samaras na slova jeho krajana Kostise Palamase jako kantátu pro olympijské hry 1896 v Athénách. Jako oficiální olympijská hymna byla schválena v roce 1958.⁴⁵

Olympijský emblém

Jednotlivé hry mají také svůj osobitý znak, díky kterému jsou nezaměnitelné s jinými. Často se skládá s olympijských kruhů v kombinaci se státními vlajkami nebo jinými znaky daného národního olympijského výboru země, ve které se hry konají, nebo jiných znaků organizačních výborů OH, jehož jsou majetkem. Tento vzor se označuje pojmem Olympijským emblém. Dříve se objevoval spíše výjimečně v podobě odznaků pro účastníky, funkcionáře a hosty her, postupně se však stal něčím, co můžeme nazvat jako hlavní logo her. Každé OH mají svůj vlastní prestižní emblém, jehož komerční využití je možné jen pod ustanovením Olympijské charty. Z právního hlediska je olympijským emblémem také maskot olympijských her, jež vyjadřuje národní tradici hostitelské země.⁴⁶

Olympijské ceremoniály

Olympijská symbolika se uplatňuje především v různých slavnostních ceremoniálech, mezi které patří například zahajovací a závěrečný ceremoniál a udílení cen a medailí. Idea ceremoniálů se objevuje již od počátku, autorem některých je dokonce samotný Coubertin, podle kterého by měly mít olympijské ceremoniály

⁴⁴ Tamtéž s. 35

⁴⁵ Tamtéž s.35

⁴⁶ Tamtéž. s. 35-36

symbolickou sílu v dimenzi historické, výchovné, umělecké a náboženské. Všechny ceremoniály se konají v souladu s protokolem stanoveným MOV a měl by odrážet a ilustrovat humanistické principy olympismu a přispívat k jeho propagaci. Olympijské ceremoniály se postupem času staly vzorem pro zahajování a ukončení řady mezinárodních i národních soutěží.⁴⁷

⁴⁷ Tamtéž s. 36-37

3.4 Vývoj olympijské myšlenky

První moderní olympijské hry v Athénách v dubnu 1896 byly přijaty s velkým nadšením, brzy poté však přerušil konání her světový válečný konflikt v roce 1916. Na olympijskou tradici navázaly až OH v roce 1920 v Antverpách. V roce 1925 bylo schváleno pořádání zimních olympijských her na kongresu v Praze.

V roce 1936 v Berlíně pojalo Německo olympijské hry jako nástroj pro propagaci nacistického režimu. Hry dostaly výrazný ideologický akcent a snahou ohromit ostatní svět byly i prvními gigantickými hrami v nové éře. Jen krátce poté, co bylo v Německu zavedeno pravidelné televizní vysílání (22. března 1935)⁴⁸, byly olympijské hry přenášeny televizními kamerami do berlínských kin. Do kin se tak dostal oficiální olympijský film režisérky Leni Riefenstahlové, který svou uměleckou hodnotou předčil svou dobu, ale zároveň pomáhal šířit nacistickou propagandu do celého světa. Film Olympia dalece přesáhl význam sportovního dokumentu, jeho dosah byl mnohem závažnější, než se zdálo.⁴⁹ Na počest olympijských her byl v Německu vybudován grandiózní komplex sportovišť, jež svou velkolepostí oslňuje dodnes. Nacistický režim tvrdě pronásledoval nejen politickou opozici, ale hlavně židovské obyvatelstvo, porušoval mezinárodní dohody a připravoval se na válku. A tak se poprvé objevily výzvy z celého světa k přeložení olympijských her z Berlína, to však nic nezměnilo na tom, že se v Berlíně roku 1936 OH opravdu konaly a ukázaly, že není možné držet sportovní klání mimo politiku dané země. Berlínské hry ukázaly, jak snadno může být hodnota olympijské myšlenky zneužita, aby vyhovovala ambicím mocných lidí.⁵⁰ Počátkem 40. let 20. století se svět znovu ocitl ve víru válečných bojů a pořádání her bylo opět přerušeno.

Po děsivém válečném zážitku stál olympijský výbor před rozhodnutím, zda má budoucnost pěstovat olympijské ideály v moderním světě. Od roku 1945 začal mezinárodní olympijský výbor působit spíš v roli mírotvůrce. Nakonec se poválečné olympijské hry konaly v Londýně roku 1948. V době studené války, se svět rozdělil na

⁴⁸ *Historie televizního vysílání v Německu* [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_tv/t_technika/historie-televizniho-vysilani-v-nemecku/

⁴⁹ DĚKANOVSKÝ, J. *Sport, média, mýty: Zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové*. 1. vyd. Praha: Dokořán, 2008. ISBN 978-80-7363-131-4. s. 92

⁵⁰ WALTERS, Guy. *Berlínské hry: olympijský sen ukradený Hitlerem*. 1. vyd. v českém jazyce. Praha: BB/art, 2007. ISBN 978-80-7381-207-2. s. 13-14

východní a západní blok. Spojené státy americké a Sovětský svaz proti sobě bojovali ve všech oblastech a také ve sportu. Tehdejší světové mocnosti se olympijskými medailemi snažili dokázat svoji převahu nad světem. Boj MOV proti ideologizaci olympijských her a jejich zneužívání pro propagaci politických režimů se zdál být marný, stejně jako snaha zachovat olympijský sport jako amatérský. V poslední třetině 20. století docházelo k čím dál rychlejšímu rozvoji společnosti, přibývalo národních olympijských výborů, stále se objevovala nová odvětví sportu a fakt, že se nejlepší sportovci nemohli olympijských her zúčastnit, protože se sportu věnovali profesionálně, olympiádě neprospíval.

Změny směrem k demokratizaci olympijského hnutí nastaly po příchodu lorda Killanina do čela MOV v roce 1972. Od počátku sedmdesátých let 20. století však byly olympijské hry poznamenány akcemi, které narušily největší svátek světového sportu a výrazně ho zpolitizovaly.

Nejen politické bojkoty oslabovaly v sedmdesátých a osmdesátých letech 20. století mezinárodní olympijské hnutí. Od počátku sedmdesátých let 20. století se jednotlivá pořadatelská města chtěla předvést ve velkoleposti a velkorysosti, s níž organizovala olympijské hry. Budovala grandiózní stadióny, sportovní haly, velodromy, veslařské a kanoistické kanály, které stály neúměrně mnoho peněz. Stále vyšší finanční náklady si vyžadovalo neustálé narůstání počtu účastníků či rozrůstání programu her o nové sporty a nové disciplíny a začalo se mluvit o gigantismu olympijských her. To vedlo k tomu, že města neměly zájem olympijské hry pořádat.⁵¹ Zpočátku byla účast hrazena samotnými týmy. Nacionalistický důraz na mezinárodní prestiž sportovního spěchu přinesl rostoucí finanční podporu ze strany vlád a států. Pořádání olympiád tak stále výrazněji záviselo na ekonomických a politických elitách.⁵²

Neúměrně vysoké náklady byly také důvodem, proč se na organizaci olympijských her 1984 v Los Angeles poprvé v historii neúčastnil stát, ale výhradně privátní společnosti. Olympijské hry a sport se tak staly zbožím, které mělo přinést zisk. Pořadatelé vydělávali především na zájmu veřejnosti, na televizních přenosech a s nimi

⁵¹ KOLÁŘ, F a J DOVALIL. *Mezinárodní olympijské hnutí a jeho vývoj* [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: http://www.olympic.cz/www/docs/osmus/mezinarodni_olympijske_hnuti_a_jeho_vyvoj.pdf

⁵² SEKOT, Aleš. *Sociologie sportu*. Brno: Masarykova univerzita, 2006. ISBN 80-210-4201-X. s. 236

spojenou reklamou. Komercializace olympijských her s sebou nesla i zájem o nejlepší účastníky olympijských soutěží bez ohledu na jejich statut amatéra či profesionála.⁵³

Od roku 1980 stál v čele MOV Juan Antonio Samaranch, který významně renovoval MOV a posílil jeho jednotu. V době jeho předsednictví opustil MOV pojetí amatérismu, byla tak umožněna účast na olympijských hrách nejlepším sportovcům světa. Zimní olympijské hry se posunuly do meziobdobí letních olympijských cyklů a byla zajištěna finanční nezávislost her vznikem programu TOP (marketingový projekt MOV). V současnosti má olympijské hnutí pět finančních zdrojů: vysílací práva, projekt TOP, prodej vstupenek, licencing a marketingový program pořadatelů her. Pro existenci olympijských her je zásadní zájem diváků a využívání olympijských symbolů.⁵⁴

Důležitým mezníkem se v posledních desetiletích pro olympijské hnutí stal XII. olympijský kongres, který se konal v roce 1994 v Paříži. Ve své závěrečné zprávě jmenoval tři dimenze současného olympijského hnutí:

- olympijské hry a sport,
- olympijskou výchovu,
- ekologii sportu.

Všechny tyto dimenze jsou pro další rozvoj a existenci moderního olympijského hnutí důležité a vzájemně se podmiňují, podporují a doplňují.

„Zrod olympismu koncem 19. století byl důsledkem společenského vývoje i rozvoje sportu té doby v různých zemích i v mezinárodním měřítku, doznávaly zde ještě ideály renesance a osvícenství. V nových podmínkách se rozvíjel sport, v olympismu našel vhodnou půdu rozkvětu, olympismus pak ve sportu našel skvělý prostředek svého naplnění: rytířské sportovní soutěžení, vzájemná úcta a uznávání, účast výše než vítězství, helénský ideál kalokagathie, pomocí sportu sbližovat národy bez ohledu na příslušnost rasovou, politickou, náboženskou či jinou. I když se od dob zakladatele her mnohé změnilo, tyto záměry byly a jsou vysoce politické a prospěšné všem.

⁵³ KOLÁŘ, F a J DOVALIL. *Mezinárodní olympijské hnutí a jeho vývoj* [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: http://www.olympic.cz/www/docs/osmus/mezinarodni_olympijske_hnuti_a_jeho_vyvoj.pdf

⁵⁴ DOVALIL, J, K BAUER, T DOLEŽAL, A HOGENOVÁ, M CHALUPECKÁ, M CHOUTKA, N KNORRE, F KOLÁŘ, A RYCHTECKÝ, et al. *Olympismus*. 1. vyd. Praha: Olympia, 2004. ISBN 80-7033-871-7. s. 107

Coubertinova vize, ve světle problémů dnešního i budoucího světa, neztratila nic na svém univerzálním významu.“⁵⁵

3.5 Olympijské hry od roku 2000

Následující kapitola je věnována olympijským hrám, které se konaly od roku 2000. Ke každým hrám je uvedeno datum, kdy dané hry proběhly, kolik se účastnilo sportovců z České republiky a jaká byla celková účast sportovců, dobrovolníků i zástupců médií z celého světa. Je zde uveden počet sportů a disciplín, nové sportovní disciplíny a odvětví, jež se na daných olympijských hrách objevily poprvé a další informace, především ohledně médií.

Je důležité zmínit předposlední hry 20. století, které se odehrály v Naganu v roce 1989. Z pohledu českých médií to byly jedny z nejsledovanějších olympijských a sportovních akcí vůbec. Pro české diváky byly významné právě proto, že český hokejový tým vyhrál zlatou medaili. Průzkum, provedený k této práci, potvrzuje, že se tyto OH stále drží v paměti českých diváků.

Letní olympijské hry 2000 v Sydney



Datum konání: 15. 9. 2000 – 1. 10. 2000

Celková účast: 10 651 sportovců

Česká účast: 122 sportovců

Počet sportů: 40

Počet disciplín: 300

⁵⁵ KOLÁŘ, F a J DOVALIL. *Mezinárodní olympijské hnutí a jeho vývoj* [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: http://www.olympic.cz/www/docs/osmus/mezinarodni_olympijske_hnuti_a_jeho_vyvoj.pdf

Poslední hry druhého tisíciletí byly přiděleny Austrálii. Proslulá stavba sydneyjské opery přivítala sportovce z téměř 200 států světa.⁵⁶ „Hry měly nespornou sportovní hodnotu a poutaly značnou pozornost. Na všech sportovištích a v dokumentech her hlásalo logo, že hry v Sydney jsou prvními olympijskými hrami nového milénia. Symbolicky tím naznačily, že o budoucnost olympismu není třeba mít obavy.“⁵⁷ Austrálie zorganizovala hry perfektně, sportovci závodili před plnými tribunami sportovních fanoušků.⁵⁸ Celkem na hry přijelo přes 4 tisíce žen a 6 a půl tisíc mužů. Téměř 47 tisíc dobrovolníků uvádělo do pohybu průběh her. Mediální přenosy zajišťovalo 16 tisíc mediálních pracovníků, z toho 5 298 žurnalistů a 10 735 zaměstnanců médií audiovizuálních.⁵⁹ Oficiální webová stránka her v Sydney zaznamenala 9 miliard návštěvníků a počet televizních diváků se u mnoha disciplín pohyboval ve stovkách milionů.^{60 61} Na hrách v Sydney se mezi oficiální sporty zařadily triatlon a taekwondo, ženy poprvé mohly soutěžit v moderním pětiboji a ve vzpírání.⁶²

⁵⁶ Sydney 2000 [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://www.olympic.cz/olympiada/51--sydney-2000>

⁵⁷ KOLÁŘ, F a J DOVALIL. *Mezinárodní olympijské hnutí a jeho vývoj* [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: http://www.olympic.cz/www/docs/osmus/mezinarodni_olympijske_hnuti_a_jeho_vyvoj.pdf

⁵⁸ PACUT, Miroslav a KOSÍK, Miloš. *Dějiny moderního sportu: vybrané kapitoly pro studenty sportovního managementu*. 1. vyd. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2009. ISBN 978-80-248-2003-3. s. 94

⁵⁹ Sydney 2000 [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://www.olympic.org/sydney-2000-summer-olympics>

⁶⁰ Sydney 2000 [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://www.olympic.cz/olympiada/51--sydney-2000>

⁶¹ Sydney 2000 [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://www.olympic.org/sydney-2000-summer-olympics>

⁶² PACUT, Miroslav a KOSÍK, Miloš. *Dějiny moderního sportu: vybrané kapitoly pro studenty sportovního managementu*. 1. vyd. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2009. ISBN 978-80-248-2003-3. s. 95

Zimní olympijské hry 2002 v Salt Lake City



Datum konání: 8. 2. 2002 – 24. 2. 2002

Celková účast: 2 399 sportovců

Česká účast: 76 sportovců

Počet sportů: 15

Počet disciplín: 78⁶³

Na hrách v Salt Lake City byl znovu přidán skeleton a poprvé byl k vidění dámská soutěž v bobování, v disciplíně soutěžily pouze 2 ženy. Her se účastnilo 886 žen, 1 513 mužů, 22 tisíc dobrovolníků a přes 8 a půl tisíc zástupců médií. Z toho 2 661 pišících pro tisk. Zbýlých 6 069 bylo televizních a rozhlasových zpravodajů. *„Na těchto hrách začalo i tažení proti agresivitě ve sportu, začala znovu olympijská výchova k úctě k soupeři.“*⁶⁴

V krasobruslení byla předvedena technická novinka pro rozhodčí – opakovaný záběr.⁶⁵ Především však kvůli krasobruslení došlo k jednomu z největších skandálů v historii olympijských her. Poprvé se na základě mediálního tlaku měnil výsledek olympijských her po závodě, poprvé se opakoval vítězný ceremoniál, kdy získali dvě sportovní dvojice zlatou medaili. Byli to reprezentanti Ruska a Kanady. Po velmi vypjatém boji o zlatou medaili se francouzská rozhodčí na nátlak novinářů přiznala, že byla při rozhodování soutěže ovlivněna francouzskými funkcionáři a rozhodovala neobjektivně ve prospěch ruského týmu. Tlak amerických a kanadských médií byl opravdu velký a tak prezident MOV Jacques Rogge prohlásil, že budou uděleny medaile

⁶³ Salt Lake 2002 [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://www.olympic.cz/olympiada/52--salt-lake-city-2002>

⁶⁴ KOLÁŘ, F a J DOVALIL. *Mezinárodní olympijské hnutí a jeho vývoj* [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: http://www.olympic.cz/www/docs/osmus/mezinarodni_olympijske_hnuti_a_jeho_vyvoj.pdf

⁶⁵ Salt Lake City 2002 [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://www.olympic.org/salt-lake-city-2002-winter-olympics>

i kanadským reprezentantů. To vedlo k zavedení nového systému hodnocení, jež měl dodat větší objektivitu do hodnocení tohoto sportu.⁶⁶

Letní olympijské hry 2004 v Athénách



Datum konání: 13. 8. 2004 – 29. 8. 2004

Celková účast: 10 625 sportovců

Česká účast: 142 sportovců

Počet sportů: 40

Počet disciplín: 301

Atény jsou kolébkou olympijských her. Akce se účastnilo rekordních 201 zemí světa. Her se zúčastnilo celkem 201 národních olympijských výborů z různých zemí, což byl v té době rekordní počet.⁶⁷ Stoupla také popularita her. Oproti Sydney, jehož sledovanost tvořilo 3,6 miliard diváků, Atény dosáhly částky 3,9 miliard diváků u televizních obrazovek. Tito diváci mohli sledovat například dámský wrestling, který se na hrách objevil poprvé. Téměř 50 tisíc dobrovolníků a 21 a půl tisíc mediálních pracovníků se staralo o co nejlepší kvalitu a zprostředkování her příjemcům sdělení po celém světě. Diváci na televizních záběrech mohli vidět části antických olympijských her.⁶⁸

⁶⁶ *Skandál v Salt Lake City* [online]. [cit. 2015-05-26]. Dostupné z: <https://www.stream.cz/sportovni-okamziky/10004983-skandal-v-salt-lake-city-2002>

⁶⁷ *Athens 2004* [online]. [cit. 2015-05-26]. Dostupné z: <http://www.olympic.cz/olympiada/53--ateny-2004>

⁶⁸ *Athens 2004* [online]. [cit. 2015-05-26]. Dostupné z: <http://www.olympic.org/athens-2004-summer-olympics>

Zimní olympijské hry 2006 v Turíně



2006
torino

Datum konání: 10. 2. 2006 – 26. 2. 2006

Celková účast: 2 508 sportovců

Česká účast: 83 sportovců

Počet sportů: 15

Počet disciplín: 84⁶⁹

Turín se stal se svým počtem obyvatel 900 tisíc obyvatel největším městem, kde se konaly zimní olympijské hry. Poprvé na těchto hrách bylo možné sledovat video z OH v mobilních telefonech. Pokrytí bylo dostupné v 18 zemích na 5 kontinentech. Televizní diváci v Mongolsku a Ázerbájdžánu mohli poprvé sledovat celé dění zimních olympijských her. Dokázána byla také popularita internetových médií, a to hlavně návštěvnost internetové stránky www.torino2006.org, kterou navštívilo až 700 milionů lidí hledajících výsledky a další zajímavosti týkající se her. Stránku mezinárodního olympijského výboru navštívilo přes 32 milionů uživatelů. Na těchto olympijských hrách se podílelo 18 tisíc dobrovolníků a 9,408 zástupců médií, z čehož bylo 2,688 pišících pro tisk a zbytek tvořili hlasatelé a komentátoři. Rekordní počet všech účastníků olympijských her způsobil organizátorům velké potíže a to především v dopravě.⁷⁰ Rychlobruslení přidalo novou disciplínou tzv. týmovou štafetu. Nově se také objevil snowboardcross.⁷¹

⁶⁹ *Turín 2006* [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://www.olympic.cz/olympiada/54--turin-2006>

⁷⁰ PACUT, Miroslav a KOSÍK, Miloš. *Dějiny moderního sportu: vybrané kapitoly pro studenty sportovního managementu*. 1. vyd. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2009. ISBN 978-80-248-2003-3. s. 139

⁷¹ *Turín 2006* [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://www.olympic.org/turin-2006-winter-olympics>

Letní olympijské hry 2008 v Pekingu



Datum konání: 8. 8. 2008 – 24. 8. 2008

Celková účast: 10 942 sportovců

Česká účast: 133 sportovců

Počet sportů: 41

Počet disciplín: 302⁷²

Hry v Pekingu byly plné rekordů a superlativů. Čínské hry sledovalo několik stovek milionů televizních příjemců po celém světě. Rekordní počet národních olympijských výborů se účastnilo čínských her. Na úspěchu her se podílelo 70 tisíc dobrovolníků a přes 24 tisíc mediálních pracovníků reprezentujících 159 zemí. Mezi olympijskými sporty se poprvé objevil plavecký maraton na deset kilometrů a BMX.⁷³

Když došlo k rozhodnutí v roce 2001, že pořadatelským městem bude v roce 2008 Peking, objevilo se mnoho kritiků, kteří z politických důvodů s tímto počinem nesouhlasili. Hlavním důvodem byla problematika lidských práv v Číně. Americký tisk před preferencí varoval a připomínal obdobnou situaci jako roku 1936 při volbě Berlína.⁷⁴ Někteří činovníci MOV a politici věřili, že Čína díky olympijským hrám udělá v otázce lidských práv pokrok. Nakonec stejně jako v případě předešlých totalitních režimů k žádné demokratizaci nedošlo.⁷⁵

⁷² *Beijing 2008* [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://www.olympic.cz/olympiada/55--peking-2008>

⁷³ *Beijing 2008* [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://www.olympic.org/beijing-2008-summer-olympics>

⁷⁴ SEKOT, A. *Sociologické problémy sportu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2562-8. s. 183-184

⁷⁵ PACUT, Miroslav a KOSÍK, Miloš. *Dějiny moderního sportu: vybrané kapitoly pro studenty sportovního managementu*. 1. vyd. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2009. ISBN 978-80-248-2003-3. s. 100

Zimní olympijské hry 2000 ve Vancouveru



2010
vancouver

Datum konání: 12. 2. 2010 – 28. 2. 2010

Celková účast: 2 556 sportovců

Česká účast: 93 sportovců

Počet sportů: 15

Počet disciplín: 86⁷⁶

Město Vancouver bylo pro pořádání XXI. zimních olympijských her v roce 2010 zvoleno na setkání Mezinárodního olympijského výboru v Praze z celkem 8 kandidátských měst.

Her trvajících 17. dní se zúčastnilo 82 zemí. Celkový počet 10 tisíc příslušníků médií se podílelo na zprostředkování her více než 3 milionů diváků po celém světě.⁷⁷

⁷⁶ *Vancouver 2010* [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://www.olympic.cz/olympiada/56--vancouver-2010>

⁷⁷ *Vancouver 2010* [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://www.olympic.org/vancouver-2010-winter-olympics>

Letní olympijské hry 2012 v Londýně



Datum konání: 27. 7. 2012 – 12. 8. 2012

Celková účast: 10 820 sportovců

Česká účast: 133 sportovců

Počet sportů: 36

Počet disciplín: 302

Londýn hostil olympijské hry jako první město na světě potřetí v historii. V roce 2012 připravil velkolepou oslavu sportu.⁷⁸ Více než 180 tisíc diváků denně přicházelo do olympijského parku na jihu Londýna s hlavním cílem vychutnat si olympiádu. Londýnské olympijské hry byly jedny z největších a nejvíce komplexních sportovní událostí na světě. K dispozici bylo 8,8 milionů lístků. Více než 21 tisíc akreditovaných příslušníků médií zprostředkovávalo tuto sportovní událost 4 miliardám potencionálních příjemců na celém světě.⁷⁹

Poolympijský vývoj ve Velké Británii potvrdil, že olympijské hry mohou přinést hmatatelný prospěch i po delší době než jen po dobu sedmnácti dní, kdy se konají. Když v roce 2005 získal Londýn možnost pořádat olympijské hry, sportovalo nejméně jednou týdně 15,6 milionu lidí ve věku od 16 let. V současnosti už je to o 1,7 milionu lidí víc. Podíl na těchto narůstajících číslech má také velká a činná dobrovolnická komunita. Iniciativa „Join in“ podpořila loni 10 tisíc lokálních akcí v celé zemi.⁸⁰

⁷⁸ *London 2012* [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://www.olympic.cz/olympiada/57--londyn-2012>

⁷⁹ *London 2012* [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://www.olympic.org/london-2012-summer-olympics>

⁸⁰ *Odkaz londýnských her: více Britů sportuje, ekonomika získala za dva roky skoro 500 miliard korun* [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://www.olympic.cz/clanek/1547--odkaz-londynskych-her-vice-britu-sportuje-ekonomika-ziskala-za-dva-roky-skoro-500-miliard-korun>

Zásľuhu na popularitě Londýnských olympijských her v České republice měl zejména dosud největší komunikační projekt Českého olympijského výboru, který seznamoval veřejnost s olympijskými idejemi a motivoval ji k aktivní podpoře českých reprezentantů na hrách XXX. olympiády v roce 2012. Kampaň Žijeme Londýnem od agentury Ogily & Mather získala cenu sedmnáctého ročníku soutěže Effie, jež hodnotí nejefektivnější reklamní počiny v uplynulém roce.⁸¹

Zimní olympijské hry 2014 v Soči



Datum konání: 7. 2. 2014 – 23. 2. 2014

Celková účast: 2 873 sportovců

Česká účast: 88 sportovců

Počet sportů: 15

Počet disciplín: 98⁸²

Olympiády v Soči se zúčastnilo celkem 88 národních olympijských výborů a jeden nezávislý olympijský účastník, což byl nový rekord v počtu účastníků. Z rekordního počtu účastníků tvořilo více než 40% ženy. Poprvé se na zimních olympijských hrách objevily tyto sporty: týmová soutěž v krasobruslení, saně-družstva, biatlon smíšená soutěž družstev, dámské skoky na lyžích, snowboard a lyžařský slopestyle (muži i ženy), lyžařská U -rampa (ženy i muži) a mužský i ženský paralelní slalom na snowboardu.⁸³ Prezident Mezinárodního olympijského výboru Jacques Rogge pokládal zařazení nových disciplín jako výborný krok k oživení a zvýšení divácké

⁸¹ *Kampaň Žijeme Londýnem získala prestižní marketingovou cenu* [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://www.olympic.cz/clanek/1304--kampan-zijeme-londynem-ziskala-prestizni-marketingovou-cenu>

⁸² *Sochi 2014* [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://www.olympic.cz/olympiada/59--soci-2014>

⁸³ *Sochi 2014* [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://www.olympic.org/sochi-2014-winter-olympics>

atraktivity.⁸⁴ V patnácti disciplínách bylo rozdáno 98 medailí, které získali sportovci z 26 zemí. Čeští sportovci získali celkem 8 cenných kovů.

O divácké atraktivitě her není pochyb, stejně jako stále narůstající popularitě internetové komunikace především prostřednictvím sociálních sítí. Prodalo se více než milion lístků. Na všech kanálech (televizní i digitální) bylo odvysíláno 102 tisíc hodin a potencionální počet diváků v průběhu her překročil 4 miliardy. Aktivita na sociálních sítích byla největší v historii. Počet překročil 2,2 miliony nových sledujících na všech platformách a celkově 7,7 milionů fanoušků na Facebooku.⁸⁵

⁸⁴ *ZOH 2014 v Soči uvidí nové disciplíny* [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://www.olympic.cz/www/clanek/969--zoh-2014-v-soci-uvidi-nove-discipliny>

⁸⁵ *Sochi 2014* [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://www.olympic.org/sochi-2014-winter-olympics>

4. SPORTOVNÍ ŽURNALISTIKA

Období novověku, kdy zažíval sport neuvěřitelný rozmach, je známo také jako období mnoha vynálezů. Vynález knihtisku znamenal počátek masového šíření tisku a rozvoj masových médií. S tiskem se však vývoj nezastavil. Docházelo k dalším objevům, které vedly až ke vzniku audiovizuálních médií. V souvislosti s velkým rozmachem masových médií, ke kterému došlo v druhé polovině 20. století, stoupl zájem veřejnosti o sport a o jeho zařazení do kulturního a společenského života, jehož se stal neoddelitelnou součástí.⁸⁶

4.1 Vznik a vývoj masových médií

Důležitým mezníkem ve vzniku masových médií je Gutenbergův vynález knihtisku. Historicky bývá řazen do roku 1445. První tiskoviny se začaly velmi rychle šířit přes Evropu až do celého světa.⁸⁷ S převratným vynálezem knihtisku, který umožnil výrobu mnoha kopií, se zmenšovala časová mezera mezi produkcí a recepcí zpráv.⁸⁸

Docházelo také k jiným objevům důležitým pro pozdější vznik audiovizuálních médií. V roce 1470 přišel Leonardo da Vinci s popisem camery obscury, ze kterého byl později v roce 1550 sestaven první objektiv. První tištěné noviny se začaly objevovat počátkem 17. století v Německu a ve Francii, poté se první noviny objevují v Americe. K vývoji zpravodajství významně přispělo sestavení prvního telegrafu Samuelem Morseem. První telegraf byl veden z Baltimoru do Washingtonu v roce 1844.⁸⁹

⁸⁶ BENÁKOVÁ, I. *Motivace diváků pro sledování významných sportovních televizních přenosů*. Praha, 2012. Diplomová práce, Univerzita Jana Amose Komenského, Sociální mediální komunikace. Vedoucí diplomové práce: Mgr. Michal Schuster. s. 29

⁸⁷ *Historický vývoj médií: Od Gutenberga k Internetu* [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://www.mediasetbox.cz/cs/uzitecne-informace/historicky-vyvoj-medii/>

⁸⁸ JELÍNKOVÁ, T. *Jazykové prostředky sportovní žurnalistiky Deníku Rovnost*. [online]. Brno, 2008. [cit. 2015-05-20]. Diplomová práce, Fakulta sociálních studií, Katedra mediálních studií a žurnalistiky. Diplomová práce. Masarykova univerzita. Vedoucí práce doc. PhDr. Jiří Poláček, CSc. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/57454/fss_m_s.25

⁸⁹ *Historický vývoj médií: Od Gutenberga k Internetu* [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://www.mediasetbox.cz/cs/uzitecne-informace/historicky-vyvoj-medii/>

S každým zlepšením komunikačních prostředků se svět stal pro publikum viditelnějším a dostupnějším. Komunikaci pak usnadnily a urychlily technické vynálezy 19. a 20. století. Postupně se časové a prostorové bariéry stále více zmenšovaly. Vynález satelitní komunikace v padesátých letech minulého století umožnil „živé“ vysílání televizního zpravodajství. Pomalu se ze světa stala globální vesnice, jev pojmenovaný poprvé v šedesátých letech 20. století kanadským filosofem a teoretikem Marshalem McLuhanem, kdy se často dozvídáme o událostech, jež se staly tisíce kilometrů daleko, dříve než o těch, které se dějí v naší zemi.⁹⁰ Zároveň vzniká stále větší potřeba přijímat více informací a rychleji, což způsobuje, že je kladen menší důraz na jejich kvalitu.⁹¹

4.2 Vznik a vývoj sportovní žurnalistiky

Sportovní žurnalistika se zabývá činností sportovců, jejich týmů, funkcionářů a trenérů, tak že o nich podává ucelené informace ve formě sportovního zpravodajství nebo sportovní publicistiky. Hlavní náplní tohoto specifického odvětví žurnalistiky jsou sportovní komentáře, výsledky a rozhovory.

Sportovní zpravodajství a publicistika patří mezi mladé disciplíny. Na stránkách novin se sportovní zprávy začaly objevovat pravidelně až počátkem 20. století. V té době se však čtenář v žádném případě nedočel tolik sportovních zajímavostí jako dnes. Informace o sportu zaujímaly v novinách pár řádků, byl to strohý přehled výsledků zejména z kopané.

S rozvojem jednotlivých sportovních odvětví a s růstem obliby tohoto druhu lidské činnosti se začala proměňovat i tvář sportovní publicistiky. Sportovním zprávám se postupně věnovalo více prostoru, k informacím o výsledcích přibývaly krátké reportáže

⁹⁰ JELÍNKOVÁ, T. *Jazykové prostředky sportovní žurnalistiky Deníku Rovnost*. [online]. Brno, 2008. [cit. 2015-05-20]. Diplomová práce, Fakulta sociálních studií, Katedra mediálních studií a žurnalistiky. Diplomová práce. Masarykova univerzita. Vedoucí práce doc. PhDr. Jiří Poláček, CSc. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/57454/fss_m s. 26

⁹¹ BUERMANN, U. *Jak (pře)žít s médii: Příležitosti a hrozby informačního věku a nové úkoly pedagogiky*. Hranice: FABULA, 2009. ISBN 978-80-8660-58-1. s. 119

z průběhu jednotlivých sportovních událostí, komentáře k nim a rozhovory se sportovci a trenéry.⁹²

O zvýšení popularity sportu se zasloužil zejména rozhlas. Sportovní přenosy sbližovaly lidi, dokázaly je rozptýlit od mnohdy velmi dramatických politicko-spoločenských poměrů a postupně si je zařadili do svého kulturně-spoločenského života. Sportovní přímé přenosy se začaly nejdříve formovat prostřednictvím vysílání rozhlasového, televizní sportovní přenosy či komentované záznamy přišly až s postupným rozšířením pravidelného televizního vysílání. Televize, která sportovními přenosy začala divákům umožňovat sledování sportovních akcí, mohla navázat zejména na masivní sledovanost a téměř bezkonkurenční oblibu vysílaných sportovních přenosů prostřednictvím rozhlasu.⁹³ O vzniku a historii přímých přenosů jako specifickému žánru sportovní žurnalistiky bude pojednávat následující kapitola.

4.3 Význam a historie přímých přenosů v audiovizuálních médiích

K prvním sportovním přímým přenosům prostřednictvím rozhlasu v Británii patřily ragbyové zápasy, soutěže v amatérském golfu a tenisový Wimbledon. Na našem území byly již necelý měsíc od zahájení pravidelného rozhlasového vysílání Radiojournal hlášeny první sportovní zprávy.⁹⁴ V prosinci roku 1924 byly zařazeny do programu pravidelného vysílání o půl desáté večer a trvaly 25 minut. Zprávy byly převzaty z tiskové agentury ČTK.⁹⁵

„Svůj velký význam pro rozšíření rozhlasu měly sportovní reportáže. 2. srpna 1924 se z Klusáckého stadiónu na Letné uskutečnil první sportovní rozhlasový přenos mezistátního boxerského utkání Franka Rose s Rocky Neightem z USA. Byla to první

⁹² JELÍNKOVÁ, T. *Jazykové prostředky sportovní žurnalistiky Deníku Rovnost*. [online]. Brno, 2008. [cit. 2015-05-20]. Diplomová práce, Fakulta sociálních studií, Katedra mediálních studií a žurnalistiky. Diplomová práce. Masarykova univerzita. Vedoucí práce doc. PhDr. Jiří Poláček, CSc. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/57454/fss_m s. 12-13

⁹³ BENÁKOVÁ, I. *Motivace diváků pro sledování významných sportovních televizních přenosů*. Praha, 2012. Diplomová práce, Univerzita Jana Amose Komenského, Sociální mediální komunikace. Vedoucí diplomové práce: Mgr. Michal Schuster. s. 31

⁹⁴ KÖPPLOVÁ, Barbara a kol. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0632-1, s. 11

⁹⁵ PACOVSKÝ, Jaroslav. *Na vlnách rozhlasu: (1923-1993)*. Vyd. 1. Praha: Český rozhlas, 1993. ISBN 80-238-2754-5, s. 26-27

sportovní rozhlasová reportáž na světě... Hlasatel Dobrovolný tlumočil popis utkání posluchačům přes telefon do mikrofonu.⁹⁶

První přímý přenos sportovního utkání byl Československým rozhlasem odvysílán 3. 10. 1926. Utkání Slavie proti Hungarii byl první fotbalový přímý přenos v Evropě. Utkání komentoval přímo na místě v pražské Letné Josef Laufer, ten byl poté dlouhou dobu nejúspěšnějším komentátorem.⁹⁷ Rozhlas procházel obdobím neustálého pokroku. Některé přenosy z utkání byly nahrávány na voskové desky, jež bylo možné reprodukovat. Na voskové desky byl nahrán také první mezinárodní přímý přenos utkání v kopané, který proběhl 18. 8. 1929 ve Vídni, komentovaný Josefem Lauferem. K pokroku ve sportovním zpravodajství Radiojournal dospěl také v únoru roku 1933, kdy vysílal reportáže z mistrovství světa a Evropy v ledním hokeji v Praze. Dopolední zápasy byly vysílány ze záznamu na želatinových deskách. V období 1.–16. 8. 1936 byly poprvé vysílány reportáže z Letních olympijských her v Berlíně.

Ve vypjatých politicko-společenských podmínkách ve 30.–40. letech přinášel rozhlas i nadále sportovní reportáže z různých odvětví. Roku 1947 přenášel rozhlas první poválečné mistrovství světa a Evropy v hokeji konané v Praze. Tehdy se poprvé pracovníci rozhlasu setkali s požadavkem pořadatelů na zaplacení práv za možnost vysílání. I po spuštění pravidelného televizního vysílání televize si sportovní přenosy prostřednictvím rozhlasu udržely svou oblibu. Důkazem je například fakt, že pořad „S mikrofonem za sportem“ se vysílá dodnes.⁹⁸ Lidé si přímé přenosy prostřednictvím rozhlasu velmi oblíbili, a tak se zavedením pravidelného televizního vysílání Česká televize na velkou popularitu sportovních přímých přenosů navázala.

Zkušební vysílání Československé televize se uskutečnilo 1. května 1953. Až od 25. února 1954 však mohli diváci sledovat vysílání pravidelné, jež bylo z počátku pouze tři dny v týdnu. Roku 1955, kdy televize pravidelně vysílala již šest dní v týdnu,⁹⁹ byl na našem území uveden do provozu první přenosový vůz značky Tesla. Tento vůz měl

⁹⁶ Tamtéž.

⁹⁷ KÖPPOVÁ, Barbara a kol. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0632-1, s. 24

⁹⁸ BENÁKOVÁ, I. *Motivace diváků pro sledování významných sportovních televizních přenosů*. Praha, 2012. Diplomová práce, Univerzita Jana Amose Komenského, Sociální mediální komunikace. Vedoucí diplomové práce: Mgr. Michal Schuster. s. 35

⁹⁹ *Prehistorie* [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceskoslovenska-televize/prehistorie/>

Československé televizi pomoci zatraktivnit program a umožnit divákům sledovat zajímavé akce mimo prostory studií.¹⁰⁰

První přímý přenos odvysílala Česká televize z hokejového utkání Prahy s družstvem Leksand IF (Švédsko). Zápas probíhal 11. 2. 1955 na Zimním stadionu Štvanice v Praze. Po zahájení vysílání sportovních přenosů se markantně zvýšil zájem lidí o koupi televizních přijímačů. V tom samém roce byly odvysílány přímé přenosy z cyklického závodu míru a historicky první přímý přenos z fotbalového utkání, kdy proti sobě nastoupili hráči Sparty proti polskému týmu Polonia Bytom. Záběry se dočkaly velmi vysokého zájmu diváků.¹⁰¹

Necelý rok poté vznikla televizní sportovní redakce, jejímž nejstarším dochovaným pořadem Československé televize je sportovní zpravodajský pořad Branky, body, vteřiny. Tento pořad se vysílá s nezměněným obsahem již od 11. března 1956 a jedná se tak o světovou raritu.¹⁰²

Roku 1956 uskutečnila Česká televize první přímý přenos ze zahraničí z mezinárodních závodů v dráhové cyklistice v Berlíně. Československé televizi se podařilo zajistit a odvysílat přenos ze zimních olympijských her v Cortině d'Ampezzo. V roce 1957 byl uskutečněn první televizní přenos z Československa do celé sítě eurovize. Ze zimního stadionu v Praze mohli sledovat mistrovství Evropy v boxu diváci ze západoevropských zemí.¹⁰³

Technické vybavení Československé televize se stále zdokonalovalo. Sportovní záběry zprostředkovávalo čím dál více kamer s proměnlivou ohniskovou vzdáleností. Divácká obliba přímých přenosů rostla. Během Letních olympijských her 1960 v Římě,

¹⁰⁰ JELÍNKOVÁ, T. *Jazykové prostředky sportovní žurnalistiky Deníku Rovnost*. [online]. Brno, 2008. [cit. 2015-05-20]. Diplomová práce, Fakulta sociálních studií, Katedra mediálních studií a žurnalistiky. Diplomová práce. Masarykova univerzita. Vedoucí práce doc. PhDr. Jiří Poláček, CSc. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/57454/fss_m s. 27

¹⁰¹ MYSLIVEČKOVÁ, L. *Mediální obraz krasobruslení*. Praha, 2013. Bakalářská práce. Univerzita Jana Amose Komenského, Sociální mediální komunikace. Vedoucí práce: ThDr. et PhDr. Radek Mezulánik Ph.D. s. 29

¹⁰² JELÍNKOVÁ, T. *Jazykové prostředky sportovní žurnalistiky Deníku Rovnost*. [online]. Brno, 2008. [cit. 2015-05-20]. Diplomová práce, Fakulta sociálních studií, Katedra mediálních studií a žurnalistiky. Diplomová práce. Masarykova univerzita. Vedoucí práce doc. PhDr. Jiří Poláček, CSc. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/57454/fss_m s. 27-28

¹⁰³ KÖPPOVÁ, Barbara a kol. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0632-1., s. 198-199

mohli diváci televizního zpravodajství sledovat až 35 hodin přímých přenosů za pouhých 11 dnů.¹⁰⁴ Zajímavý pro sportovní fanoušky byl i přenos například ze zimních olympijských her v Grenoblu, kde mj. československý hokejový tým porazil ten sovětský 5:4.

Důležitým milníkem ve vývoji sportovního zpravodajství je rok 1965. 15. ledna Čs. Televize podepsala s ÚV ČSTV smlouvu o spolupráci a úpravě vzájemných vztahů. Smlouva řešila, kolik bude televize platit sportovním svazům za přímé televizní přenosy. Sportovci se naopak zavázali zajistit pro přenosy bílé míče a barevně rozlišené dresy.¹⁰⁵

Zkoušky barevného vysílání probíhaly již od roku 1964.¹⁰⁶ První přímý přenos, který mohli diváci sledovat barevně, proběhl až 14. února 1970 při mistrovství světa v klasickém lyžování ve Vysokých Tatrách. Dva roky poté roku 1972 byl poprvé barevně odvysílán seriál přímých přenosů z mistrovství světa v ledním hokeji.¹⁰⁷ Je však nutné dodat, že ačkoliv bylo možné sledovat přímé přenosy barevně, ne všichni diváci vlastnili v té době barevné televize. Dlouho dobu se proto komentátorský styl v televizi podobal rozhlasovému, kdy bylo potřeba verbálně popsat mnoho detailů.¹⁰⁸

Velké změny v politice roku 1989 znamenaly pro Českou televizi ideální podmínky pro další technický rozvoj. Po technické stránce se přímé přenosy stále zdokonalovaly. Zavedení duálního systému na našem území však znamenal pro Českou televizi konkurenci. O přímé přenosy projevila zájem televizní stanice Nova. V roce 1994 podepsal českomoravský fotbalový svaz smlouvu s TV Nova o exkluzivních právech na přenosy z první a druhé fotbalové ligy a štáby České televize nebyly vpuštěny na fotbalové stadiony k pořízení záběrů. Přes protesty fotbalového svazu uvedla sportovní redakce České televize přímý přenos I. fotbalové ligy pražské derby Sparty proti Slavii. Sparta totiž k projektu původně nepřistoupila. Po nátlaku

¹⁰⁴ Tamtéž s. 200-213

¹⁰⁵ Tamtéž s. 225

¹⁰⁶ Dokument ČT 50 let přímého přenosu. Natočeno: 2005. Vysíláno: 13. 2. 2005 ve 20:00. Režie: Charilaos Karadžos.

¹⁰⁷ JELÍNKOVÁ, T. *Jazykové prostředky sportovní žurnalistiky Deníku Rovnost*. [online]. Brno, 2008. [cit. 2015-05-20]. Diplomová práce, Fakulta sociálních studií, Katedra mediálních studií a žurnalistiky. Diplomová práce. Masarykova univerzita. Vedoucí práce doc. PhDr. Jiří Poláček, CSc. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/57454/fss_m s. 28

¹⁰⁸ Dokument ČT 50 let přímého přenosu. Natočeno: 2005. Vysíláno: 13. 2. 2005 ve 20:00. Režie: Charilaos Karadžos.

Českomoravského fotbalového svazu k projektu STES (oficiální marketingový zástupce Fotbalové asociace České republiky) ztratila Česká televize možnost přenášet ligová utkání Sparty, s níž měla původně podepsanou smlouvu.¹⁰⁹

Česká televize však stále inovovala dosavadní vysílání a sportovní přenosy. Jako první přišla s pozvánkou sportovních expertů k přímým přenosům, a tak se kromě profesionálních komentátorů objevili na obrazovce reprezentanti hokeje, volejbalu, basketbalu či atletiky.¹¹⁰

Sportovní pořady a přímé přenosy měly vždy vysokou sledovanost, Zimní olympijské hry v Naganu 1998 byly přelomem. Cesta české hokejové reprezentace za zlatou olympijskou medailí lámala dosavadní rekordy sledovanosti.¹¹¹

4.4 Sportovní žurnalistika v současnosti

Dnes patří sportovní zpravodajství mezi jedno z nejoblíbenějších odvětví vůbec. A to zejména proto, že je jednoduché srozumitelné, na rozdíl od informací z ekonomiky nebo politických informací. Současně je však sportovní zpravodajství zdrojem napětí a jiných emocí.¹¹²

„Sport a sportovní zpravodajství se stal neodlučitelnou součástí žurnalistiky. Informace a hodnocení sportovních utkání, které zahrnují i živé vstupy především v rozhlasovém vysílání, v tištěných a elektronických médiích jsou v dnešní době naprostou samozřejmostí a žádný sportovní fanoušek si média bez sportu nedokáže představit. Denní tisk sportovcům a dění ve sportu věnuje velké množství stran a příloh, v

¹⁰⁹ MYSLIVEČKOVÁ, L. *Mediální obraz krasobruslení*. Praha, 2013. Bakalářská práce. Univerzita Jana Amose Komenského, Sociální mediální komunikace. Vedoucí práce: ThDr. et PhDr. Radek Mezulánik Ph.D. s. 32

¹¹⁰ JELÍNKOVÁ, T. *Jazykové prostředky sportovní žurnalistiky Deníku Rovnost*. [online]. Brno, 2008. [cit. 2015-05-20]. Diplomová práce, Fakulta sociálních studií, Katedra mediálních studií a žurnalistiky. Diplomová práce. Masarykova univerzita. Vedoucí práce doc. PhDr. Jiří Poláček, CSc. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/57454/fss_m s. 28

¹¹¹ Dokument ČT 50 let přímého přenosu. Natočeno: 2005. Vysíláno: 13. 2. 2005 ve 20:00. Režie: Charilaos Karadžos

¹¹² KOVAŘÍKOVÁ, H. *Sportovní zpravodajství v agendě českých deníků: proměny pokrytí a prezentace sportu a vliv na veřejnou agendu v letech 1993 – 2007* [online]. Praha, 2009. [cit. 2015-05-20]. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Vedoucí diplomové práce PhDr. Alice Tejkalová, PhDr. Tomáš Trampota, Ph.D. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zpp/dtdownload/8800026530/?lang=en>. s. 27

elektronických médiích je neodmyslitelnou součástí zpravodajského programu. Sportovní pořady patří k nejsledovanějším vůbec. Sportovní žurnalistika tvoří stejně důležitou část našeho života jako žurnalistika politická či ekonomická i kulturní. Její nejvýraznější úlohou je informovat o sportovních událostech, zejména o sportovních utkáních, nelze jí však ani v nejmenším upřít také funkci komentátorskou a zábavnou, stejně jako uchovávání kulturních hodnot a zvyšování národního povědomí.“¹¹³

Tištěná média

Dnes mají téměř všechny deníky pro sportovní zpravodajství a publicistiku vyhrazenou minimálně jednu stranu a jednou týdně většina z nich obsahuje několikastránkovou sportovní přílohu. Zároveň vychází množství specializovaných sportovních časopisů.¹¹⁴

V tištěných médiích na našem území zaujímají v současné době sportovní informace velmi podstatnou roli. Ve všech českých denících nalezneme sportovní rubriku. Jeden z nich se věnuje výhradně sportovnímu zpravodajství a publicistice. Svým způsobem stále platí tvrzení, že „noviny se čtou odzadu“. „*Umístění sportovního zpravodajství na poslední stránce je zajímavým trikem, jenž umožňuje čtenáři pouhým otočením novin přeskočit z politické zprávy do atraktivního světa sportovního dění.*“¹¹⁵

Oproti televizi i rozhlasu mají tištěná média velkou výhodu a to možnost dodatečného vrácení se k jednotlivým sportovním událostem. Také nabízejí dostatek prostoru pro komentáře, analýzy před i po dané události, mohou se věnovat zákulisním informacím a kompletovat zpravodajství pomocí statistik a jiných metod. Tuto možnost má v dnešní době i internet, a tak se většina sportovní informací, statistik, rozhovorů se

¹¹³ JELÍNKOVÁ, T. *Jazykové prostředky sportovní žurnalistiky Deníku Rovnost*. [online]. Brno, 2008. [cit. 2015-05-20]. Diplomová práce, Fakulta sociálních studií, Katedra mediálních studií a žurnalistiky. Diplomová práce. Masarykova univerzita. Vedoucí práce doc. PhDr. Jiří Poláček, CSc. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/57454/fss_m s. 12

¹¹⁴ Tamtéž s. 12

¹¹⁵ JANÁČEK, Petr. *Sport a masová média* [online]. Brno, 2012 [cit. 2012-02-22]. Diplomová práce. Masarykova univerzita. Vedoucí práce doc. PhDr. Aleš Sekot, CSc. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/135177/fsp_b_b1. s. 11-12.

sportovci a jejich trenéry, ale také reportáží, přesouvá do podoby tzv. online zpravodajství. Právě to zažívá v současnosti nebývalý rozmach.¹¹⁶

„Čtenář, který se zajímá o sportovní dění vyžaduje mnohem hlubší informace jako komentáře, rozbor, články o sportovních hvězdách, zkrátka vyžaduje převyprávět barvitý příběh od začátku až do konce i se zákulisními informacemi a fotografiemi.“¹¹⁷

Právě využití fotografie má ve spojení se sportem dlouhou tradici a má doposud nezastupitelnou úlohu v kombinaci s tištěným textem. Sportovní stránky ať klasických novin, časopisů nebo dnes již velmi populárních internetových serverů, se bez ilustračních fotografií neobejdou.¹¹⁸ Navíc barevnost zvyšuje atraktivitu a čtenost média.

Rozhlas

Role rozhlasu jako zprostředkovatele sportovního zpravodajství a publicistiky zejména v přímých přenosech byla v poslední době potlačena vysíláním televizním. V současnosti s možností sledovat téměř všechny sportovní akce po internetu se z rozhlasu stává medium, které není recipienty v první řadě využíváno. Vizuální zprostředkování zápasu, závodu či souboje je velmi divácky lákavé v dnešní době se stává téměř nutností a je jen těžko nahraditelná verbálním komentářem. Proto se dnes rozhlas využívá zpravidla jako náhradní řešení pro recipienty, jež nemohou konkrétní sportovní událost sledovat v televizi nebo na internetu.

Rozhlas má však možnost umístit reportéry na všechny důležité stadiony, kde se závody nebo utkání odehrávají, protože je oproti televizi levnější. Vstupy do vysílání poté umísťuje do vysílání režisér zpravodajství. Reportér musí svým verbálním projevem nahradit vizuální vjem. Jeho projev by měl být velmi stručný a výstižný, aby udržel krok s děním odehrávajícím se na stadionu, což je velmi obtížné. Rozhlasový

¹¹⁶ KOVAŘÍKOVÁ, H. *Sportovní zpravodajství v agendě českých deníků: proměny pokrytí a prezentace sportu a vliv na veřejnou agendu v letech 1993 – 2007* [online]. Praha, 2009. [cit. 2015-05-20]. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Vedoucí diplomové práce PhDr. Alice Tejkalová, PhDr. Tomáš Trampota, Ph.D. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/dtdownload/8800026530/?lang=en>, s. 27-28

¹¹⁷ JANÁČEK, Petr. *Sport a masová média* [online]. Brno, 2012 [cit. 2012-02-22]. Diplomová práce. Masarykova univerzita. Vedoucí práce doc. PhDr. Aleš Sekot, CSc. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/135177/fsps_b_b1, s. 12

¹¹⁸ DĚKANOVSKÝ, J. *Sport, média, mýty: Zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové*. 1. vyd. Praha: Dokořán, 2008. ISBN 978-80-7363-131-4. s. 54.

reportér si zpravidla nemůže dovolit zařadit informace, jež s aktuálním děním na sportovišti souvisí jen okrajově, na rozdíl od komentátora televizního. Řada rozhlasových reportérů si vytvořila svůj osobní styl, kde často používá nestandardní slovní spojení, charakteristickou dikci i způsob emocionálního ladění reportáže. Výsledný mediální obraz rozhlasové reportáže je na osobě reportéra velmi závislý.¹¹⁹

Televize

Sport dnes patří k nejsledovanějším programovým složkám komerčních i veřejnoprávních televizí. Svým autentickým obrazem i komentářem nabízí televize divákovi více než přímá divácká účast a tak televizní sportovní podívaná umocňuje pocit bezprostřednosti. Televizní zpracování přímých přenosů nabízí také efektivní využívání opakování záběrů, jejich zpomalování či prolínání, tak aby zvýšily dramatičnost okamžiku, divácké vzrušení a přitažlivost mediální prezentace a mnohdy nabízí víc než přímá účast diváka na sportovním klání.¹²⁰ Ve Spojených státech dokonce sportovní zápasy svým průběhem plným barvitých zápletek, spiknutí a dějovými zvraty připomínají masově kulturně důvěrně známou „mýdlovou operu.“¹²¹ Mediálně atraktivní sporty jsou pro televizi jedinečným zdrojem příjmů. Rozvoj tohoto dynamického fenoménu nazýváme globální mediální sportovní sítí. V dnešní době existuje nespočet sportovních kanálů jako například Sky Sports, Eurosport nebo na našem území ČT 4 Sport. Přímé přenosy z olympijských her se vysílají do více než dvou set zemí světa.¹²²

Internet

Zásadním médiem, které zprostředkovává sportovní dění je Internet. Původně byl internet vytvořen a určen pro výměnu typu informací, kterým se souhrnně říká data. Postupně se užívání internetu stávalo záležitostí široké veřejnosti a přistupovaly jeho další funkce. V současnosti plní internet stejné funkce jako elektronická média

¹¹⁹ Tamtéž s. 48-49.

¹²⁰ SEKOT, Aleš. *Sociologie sportu*. Brno: Masarykova univerzita, 2006. 410 s. ISBN 80-210-4201-X. s. 206

¹²¹ Tamtéž s. 229

¹²² Tamtéž s. 203-204

s důležitou modifikací, že většinu těchto funkcí lze realizovat interaktivním způsobem.¹²³

Internet má možnost zkombinovat všechna předchozí média do jednoho celku. Oproti tištěným médiím má internet výhodu, že na dané téma je obsahově téměř neomezen. Internetová verze daného periodika může nabídnout bezpočet možných odkazů na různé další informace související s daným tématem. Další velkou výhodou internetu je neuvěřitelná rychlost aktualizace informací. Kterákoliv zpráva může během relativně krátké doby poskytnout recipientovi nové, aktuální informace. To však není jedinou výhodou, kterou internet má. Jeho uživatel může pomocí hypertextových odkazů sledovat širší především historické souvislosti událostí. Neopominutelnou vlastností internetu je jeho interaktivita, která umožňuje čtenáři okamžitě a jednoduše reagovat na jakékoliv téma.¹²⁴ V současnosti tak vznikají stále nové webové stránky, ať už oficiální nebo ty fanouškovské. Se vznikem sociálních sítí byl tento jev ještě umocněn.

4.5 Vztah médií, sportu a olympijských her

Sport a média tvoří dnes pevně provázaný institucionální svazek. Z předchozích kapitol můžeme pozorovat dlouhodobě rostoucí provázanost světa sportu a masových médií. Hovoříme-li o vztahu sportu a masových médií, pak aktualizujeme fenomén popisovaný jako „mediální sport“, „sportovní byznys“ či dokonce „sportovní zábava (sportainment)“. Sport jako forma kultury je úzce spojen s daným ekonomickým, politickým, sociálním uspořádáním a relevantní úrovní techniky a podle toho se také vyvíjí. Vztahy mezi sportem, masovými médii a společností jsou označovány jako mediální sportovní komplex. Na jedné straně tak stojí sportovní mediální organizace a na té druhé marketingové organizace. Výsledek působení je medializovaný sport. Mediální sport je rapidně rostoucí komerční průmysl a je spojen s „velkým byznysem“. Televizní společnosti platí až několik set miliónů dolarů za přenosová práva

¹²³ MUSIL, J. *Elektronická média v informační společnosti*. Praha: Votobia, 2003. ISBN 80-7220-157-3. s. 163-164

¹²⁴ DĚKANOVSKÝ, J. *Sport, média, mýty: Zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové*. 1. vyd. Praha: Dokořán, 2008. ISBN 978-80-7363-131-4. s. 77-79.

z olympijských her.¹²⁵ Některé profesionální sporty jsou na médiích silně ekonomicky závislé. Určitou závislost můžeme vidět i na způsobu financování olympijských her. I když se postupně staly olympijské hry finančně politicky nezávislé, většina příjmů v současnosti pochází z vysílacích práv a reklamní činnosti.

Podoba současného sporu se neustále proměňuje. Z důvodů mediálního nezájmu řada tradičních sportů ztrácí popularitu a namísto nich se objevují nová sportovní odvětví, která získávají větší přízeň médií, zejména televize a díky tomu také pozornost diváků. Pro zachování jejich přízně nezbyvá sportovním federacím nic jiného, než se nárokům televize podřídit, a tak často dochází k úpravám pravidel jednotlivých sportů například z důvodů časové náročnosti.¹²⁶

Provázanost médií a sportu je oboustranná, Jedná o velmi populární záležitost, a tak je v zájmu médií sportovní události zařadit, byť je okrajově, do vysílání. Sport vytváří tlak na masová média, především na časovou dimenzi televizní produkce. Olympijské hry se programově rozkládají do 17 dnů, zaplňují tři víkendy, které rozšiřují časový prostor pro diváky nabízející maximum pokrytí divácky nejatraktivnějšího vysílacího času tzv. prime-time. Nesmíme opomíjet fakt, že média vybírají a interpretují sportovní akce olympijské hry nevyjímaje s cílem zaujmout a udržet pozornost diváka. Klíčovým rysem propagace sportovní zábavy je především zaměřenost na živé události. Účinnou cestou, jak vytvořit divácké očekávání, napětí a vzrušení je také upozornění na klíčové okamžiky akcí minulých, potvrzení emočních krizí nebo triumfu. V procesu sílící provázanosti sportu a masových médií, prošel sport jako celek řadou proměn. Tyto změny se týkají především zájmu sponzorů a zadavatelů reklamy, jež se postupně snaží zvýšit atraktivnost herní akce. Při pohledu na sportovní mediální scénu se tak může zdát, že se mění v souladu se zájmy televize a olympijské hry jsou toho příkladem.

Sportovní akce včetně olympijských her jsou stále více závislé na televizi, sponzorství a příjmu reklam.¹²⁷ To sebou nese řadu dopadů a to jak negativních tak pozitivních. Nejdůležitější však je, že díky médiím můžeme sport ve své informačně-zábavné formě sledovat denně ve všech druzích médií. Negativním dopadem může být,

¹²⁵ SEKOT, Aleš. *Sociologie sportu*. Brno: Masarykova univerzita, 2006. 410 s. ISBN 80-210-4201-X. s. 203-205

¹²⁶ DĚKANOVSKÝ, J. *Sport, média, mýty: Zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové*. 1. vyd. Praha: Dokořán, 2008. ISBN 978-80-7363-131-4. s. 157-159

¹²⁷ SEKOT, Aleš. *Sociologie sportu*. Brno: Masarykova univerzita, 2006. 410 s. ISBN 80-210-4201-X. s. 204-207

že ne všechny sporty jsou z pohledu médií stejně zajímavé a tak se často nedostanou k oku, či uchu jejich příznivců. Konečným cílem sportovní zábavy je vytvářet co nejdramatičtější podívanou, a tak často není formou nejvěrnější prezentace reality, ale inscenováním a zaznamenáváním vhodných, pečlivě sestavených sportovních obsahů zaměřených na informování a pobavení diváků, protože finanční podpora vrcholového sportu a olympijských her médií je nepostradatelná.¹²⁸

Další z mediálních příjmů důležitý pro olympijské hry je sponzoring. Sponzoring je obecně vzato forma daru, která má nejčastěji podobu finančních prostředků poskytnutých veřejným institucím i soukromníkům v našem případě v oblasti sportu za účelem zviditelnění financované strany. Sílu tohoto marketingového mediálního počínu si uvědomujeme často při velkých sportovních akcích typu olympijských her. V současnosti dochází ke sponzorství týmů, jednotlivců ale dokonce i k mediálnímu vlastnictví týmů.

Komeracionalizace olympijských her je velkým tématem sportovní sociologie. K podpoře ze strany politiků, ekonomických specialistů i sponzorů docházelo již na počátku olympijského hnutí. Od první moderní olympiády v roce 1896 se na jejím pořádání podílela firma Kodak a později globálně působící gigant Coca-Cola. Dnes je již sponzorství na olympiádě tak rozšířeno, že se s produkty s olympijskou značkou setkáváme téměř denně i mimo dobu konání her. Olympijskými partnery je například společnost Visa, a proto nejsou jiné platební karty na olympiádě akceptovány.¹²⁹ Maskot olympiády je dnes považován za nezastupitelný komunikační nástroj i přesto, že byl mezi olympijské symboly připojen teprve nedávno.¹³⁰

¹²⁸ Tamtéž s. 208-212

¹²⁹ KOSÍK, Miloš. *Olympismus*. V Tribunu vyd. 1. Brno: Tribun EU, 2010. 184 s. Knihovnicka.cz. ISBN 978-80-7399-975-9. s.56

¹³⁰ Tamtéž s. 230-236

PRAKTICKÁ ČÁST

5. VYMEZENÍ CÍLE

Diplomová práce je ve své praktické části zaměřena na zjišťování motivace diváků ke sledování sportovních přenosů z olympijských her a jejich vnímání této sportovní akce prostřednictvím médií. Cílem praktické části bylo zjistit, jestli veřejnost získává v průběhu olympijských her více informací o sportu než obvykle a jak vnímá masová veřejnost vztah médií a sportu celkově. Také je kladen důraz na to zjistit, co v dotázaných olympijské hry evokují a také jak moc vnímají diváci působení médií a sponzorů na největší sportovní akci na světě. Šetření bylo prováděno prostřednictvím dotazníkového průzkumu mezi obyvateli České republiky, napříč všemi věkovými kategoriemi. Byli osloveni zástupci obou pohlaví z rozdílných sociálních vrstev obyvatelstva.

Praktická část této práce si klade za cíl také zmapovat působení médií a jejich vztah se sportovci jako účastníky olympijských her. Cílem je zjistit, zda je pro sportovce účast na olympiádě nejvyšší možnou motivací k tréninku, jak vnímá sportovec kontakt s médii a jakou roli podle něj hrají v celkovém kontextu olympijských her. Pro tuto část jsem zvolila hloubkové rozhovory se čtyřmi sportovci, kteří se účastnili více olympijských her. Byli zvoleni dva reprezentanti České republiky různého pohlaví z letní a zimní olympiády.

Výsledkem praktické části je tudíž pohled diváků jako laiků a spotřebitelů na jedné straně, ale i sportovců jako odborníků a přímých účastníků na straně druhé.

V diplomové práci bylo stanoveno sedm výzkumných hypotéz, které budou na základě podrobného rozboru výsledků dotazníkového šetření potvrzeny nebo vyvráceny.

Hypotéza 1.: Dotázaní sledují v době konání olympijských her sport častěji než obvykle.

Hypotéza 2.: Většina dotázaných se díky olympijským hrám dozvěděla o nějakém sportu poprvé.

Hypotéza 3.: Většina respondentů souhlasí s tvrzením, že informace, které získávají o olympiádě, jsou ovlivněny médii a sponzory.

Hypotéza 4.: Respondenti souhlasí s tvrzením, že nejbližší informace podávají média veřejné služby.

Hypotéza 5.: Většina respondentů si myslí, že média věnují během olympiády všem sportům stejnou pozornost.

Hypotéza 6.: Účast na olympiádě je pro sportovce nejvyšší možnou motivací k tréninku.

Hypotéza 7.: Během olympijských her sportovci pocíťují tlak ze strany médií a sponzorů, nicméně nemají podle nich takovou moc, že by dokázaly úplně měnit olympijskou realitu.

6. POUŽITÉ METODY

Pro účely shromáždění podkladů a poznatků pro praktickou část práce byla zvolena metoda dotazníkového šetření a hloubkových rozhovorů. Zvolené metody byly pro dané téma vybrány jako nejvhodnější, neboť je jednak nutné vyhodnotit a zanalyzovat informace z řad široké veřejnosti, ale také bylo potřeba zjistit názor samotných účastníků olympijských her a podrobně rozebrat jejich názor. Bylo zvažováno použití i jiných metod, jako například srovnání různých typů médií, ale po zvážení všech výhod a nevýhod se ukázalo, že kombinace zvolených metod dotazníkového šetření a hloubkových rozhovorů bude pro téma práce vhodnější a efektivnější a dokáže přinést požadovaný výsledek.

Standardizovaný dotazník, který byl sestaven, se následně předložil k vyplnění respondentům. Byla dodržována zásada, aby všichni respondenti vyplňovali dotazník beze svědků a bez případných konzultací s kýmkoliv. Osloveným byl na vyplnění dotazníku poskytnut dostatečný časový prostor. Zároveň byli všichni ujištěni o tom, že vyhodnocení odpovědí bude zcela anonymní.

Rozhovory však anonymní nebyly. Čtyři sportovci byli vybráni tak, aby mezi nimi byli účastníci i několika olympijských her, zimních i letních a zástupci obou pohlaví. Zvolenými respondenty byli: účastnice letních olympijských her Simona Baumrtová, účastnice zimních olympijských her Martina Sáblíková, účastník letních olympijských her Ondřej Synek a účastník zimních olympijských her Tomáš Verner. Simona Baumrtová a Ondřej Synek na otázky odpověděli písemně. Martina Sáblíková a Tomáš Verner odpovídali v mluvené podobě na diktafon a rozhovor byl poté zpracován do podoby písemné. Respondentům byl poskytnut dostatečný čas na všechny odpovědi.

7. HARMONOGRAM POSTUPU – Dotazník

Přesný harmonogram postupu pro provádění předmětného průzkumu byl vypracován jako první a podle tohoto harmonogramu bylo postupováno po celou dobu zpracovávání šetření.

7.1 Přípravná fáze

Základem bylo přesně zformulovat a stanovit cíle práce, a následně stanovit hypotézy, jež budou provedeným průzkumem potvrzeny nebo vyvráceny.

Hypotéza 1.: Dotázaní sledují v době konání olympijských her sport častěji než obvykle.

Hypotéza 2.: Většina dotázaných se díky olympijským hrám dozvěděla o nějakém sportu poprvé.

Hypotéza 3.: Většina respondentů souhlasí s tvrzením, že informace, které získávají o olympiádě, jsou ovlivněny médii a sponzory.

Hypotéza 4.: Nejvěrohodnější informace podávají média veřejné služby.

Hypotéza 5.: Většina respondentů si myslí, že média věnují během olympiády všem sportům stejnou pozornost.

Následně bylo přistoupeno k sestavení dotazníku, který bylo potřeba sestavit tak, aby počet otázek a znění i formulace pokládaných dotazů umožňovaly jasné, stručné, jednoznačné a srozumitelné odpovědi, které budou dobře použitelné při zpracování následné analýzy tak, aby jejich vypovídací hodnota umožnila efektivní a kvalitní dosažení cílů, jež byly v této práci vytyčeny.

Jako první byla navržena a vypracována první verze dotazníku, která byla použita při zkušebním průzkumu. První průzkum byl proveden šetřením u malého počtu respondentů proto, aby se vyzkoušela kvalita sestaveného dotazníku a aby byla ověřena vhodnost a srozumitelnost otázek v něm položených. První verze dotazníku byla

složena z dvaceti otázek, z toho první tři sloužily k možnému rozřazení dotazovaných podle věku, národnosti a pohlaví.

Zkušební verze dotazníku byla předložena malé skupině respondentů a následně bylo provedeno hodnocení, zda získané podklady jsou relevantní pro potřeby dalšího zpracování. Poté byla provedena analýza výsledků průzkumu, z níž bylo zřejmé, že otázky v dotazníku nebyly dostatečně jasně formulovány a nebylo možné z nich získat potřebné odpovědi. Některé z dotazů neposkytly respondentům možnost výběru odpovědi v takovém rozsahu, který by byl dostačující. Dotazník byl přepracován. Konečná verze obsahovala dvacet dva otázek, z nich byly tři zkoumající věkovou skupinu, národnost a pohlaví respondentů. Ze zbylých dvaceti otázek bylo patnáct uzavřených a pět otevřených. Podle české podoby dotazníku byl vypracován dotazník anglický, který bylo možno poskytnout v případě, že se nejednalo o respondenta mluvícího česky.

7.2 Realizační fáze

Dle sestaveného harmonogramu byl dotazník předán k vyplnění. Výběr respondentů byl prováděn tak, aby v osloveném vzorku obyvatelstva byli přítomni příslušníci různých sociálních vrstev a aby byla zastoupena obě pohlaví. Dotazník byl předán k vyplnění lidem, kteří v současné době žijí na území České republiky i lidem žijícím v zahraničí. Dotazník byl předložen k vyplnění 150 respondentům všech věkových skupin. Asi třetina dotazníků byla předložena respondentům v tištěné formě, třetina byla poslána elektronickou poštou na konkrétní adresu. Zbylou jednu třetinu měli veřejnost možnost vyhledat a vyplnit na internetovém odkazu. Následně docházelo ke sběru dat. Dotazníky poslané elektronickou poštou či doručené osobně nebyly určeny přímým respondentům, stejně jako v případě internetového odkazu odpovídali příslušníci různých věkových skupin, sociálních vrstev a národnosti, ve většině případů se však jednalo o lidi žijící na našem území. Anglická verze dotazníku byla potencionálním respondentům předložena pouze v elektronické podobě ve dvou formách. Buď byl dotazník v anglickém jazyce poslán elektronickou poštou na adresu respondenta, nebo jej mohli lidé zájemající se o sport vyplnit na internetu.

Dotazníkové šetření bylo zahájeno dne 16. února 2015 a probíhalo do 23. března 2015.

7.3 Vyhodnocovací fáze

Z celkového počtu 150 dotazníků, které byly respondentům poslány, se jich podařilo získat zpět vyplněných pouze 92 v českém jazyce. V angličtině bylo vyplněno 11 dotazníků. Konečný počet vyplněných dotazníků, které byly dále zpracovávány, byl 102 kusů.

Odpovědi ze všech 102 dotazníků byly zadány do internetového serveru pro vyhodnocování dotazníků. Statistické výstupy, které byly takto získány, umožnily zpracovat podrobnou analýzu výsledků.

8. CHARAKTERISTIKA ZKOUMANÉHO VZORKU

K dosažení cílů práce byl vybrán vzorek 102 občanů žijících na území České republiky i s trvalým bydlištěm na území jiného státu. Převážná většina vyplněných dotazníků byla od občanů s českým pasem, odpověděli také respondenti národnosti slovenské, a jiné.

Převážná většina dotazovaných tvořila věkovou skupinu od 21 do 30 let. Dotazník vyplnilo celkem 62 lidí z této věkové skupiny. Počet respondentů v jednotlivých věkových skupinách podle stanoveného rozdělení tvořil: 1. **Méně než 20 let:** 6,9%, 2. **21–30:** 60,8%, 3. **31–40 let:** 17,7%, 4. **41–50 let:** 11,8%, 5. **51–60 let:** 2%, 6. **61 let a víc:** 1%.

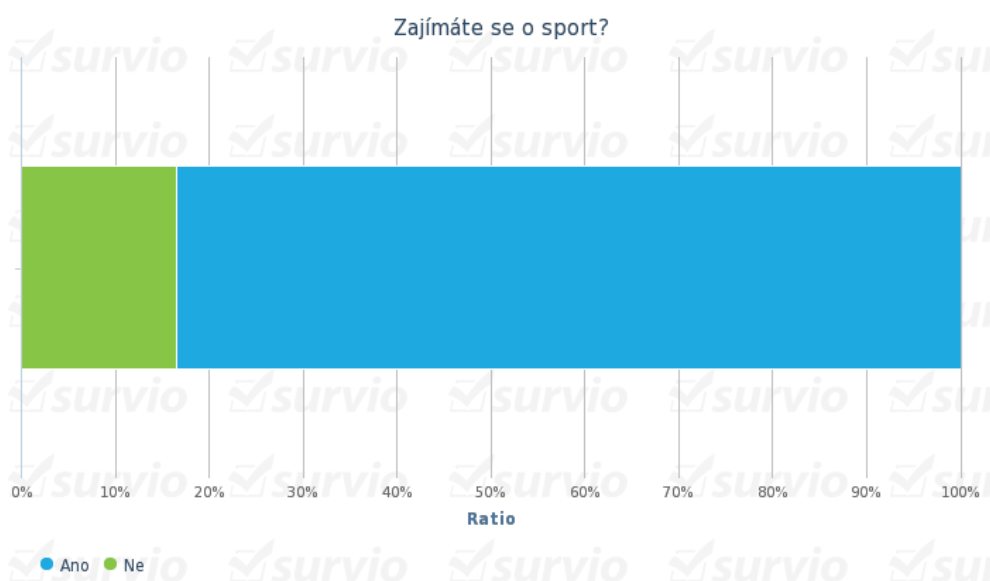
Z daných výsledků vyplývá, že sport zajímá mladé lidi. Dotazníkové šetření bylo posláno do několika desítek domácností různých sociálních skupin s tím, že konečný respondent se nedal stoprocentně určit. Podle výsledků z provedeného šetření však můžeme vyhodnotit, že sport má velkou oblibu především mezi věkovou skupinou od 21 do 30 let. Ve věkové skupině od 31 do 40 let je sport stále oblíbený. Zbylé věkové skupiny ať už mladší či starší neprojevuji o sport značný zájem.

Poměr mužů i žen byl velmi vyrovnaný. Na dotazník odpovědělo 59 žen a 43 mužů. Z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že se o sport zajímají muži i ženy přibližně stejně.

Otázka 1. – Zajímáte se o sport?

První otázka se týká zájmu respondentů o sport, protože olympiáda je akcí sportovně-kulturní, jak je již definováno v první kapitole. Cílem bylo zmapovat, kolik lidí sport oslovuje a naopak kolik k němu nemá vřelý vztah. Podle provedeného průzkumu vyplývá, že sport zajímá 85 dotázaných. Zbylých 17 respondentů o sport zájem neprojevuje. Sport tedy oslovuje téměř tři čtvrtiny dotázaných.

Graf 1: Zájem o sport

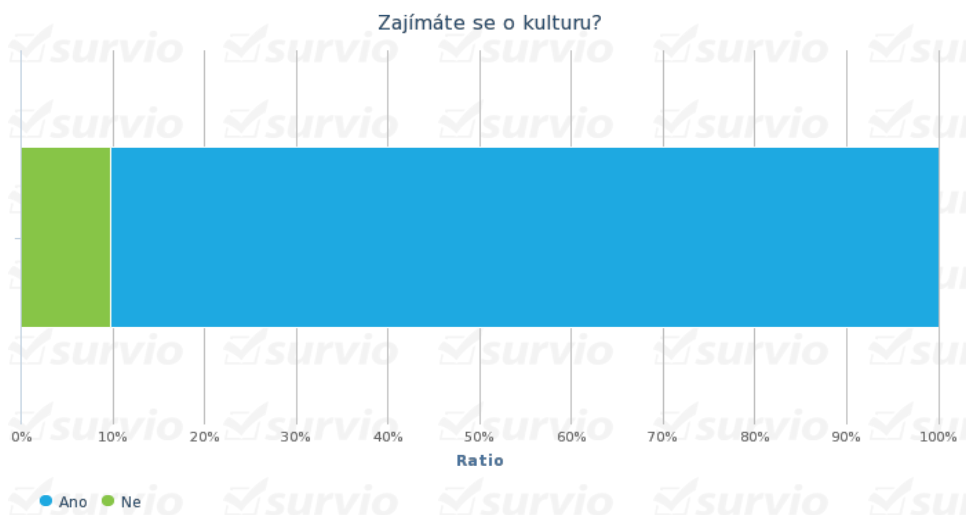


Otázka 2. – Zajímáte se o kulturu?

Další otázka je směřována k zálibě diváků v kultuře, abychom zjistili jaké předpoklady má obliba olympijských her jako akcí, která by podle zakladatele novodobých olympijských her měla spojovat sport s kulturou.

Z dotázaných o kulturu projevuje zájem 92 respondentů. Pouze 10 lidí odpovědělo, že o kulturu zájem nemá. Procentuální zájem o kulturu je tedy 90%, což je překvapivě o něco více než zájem o sport.

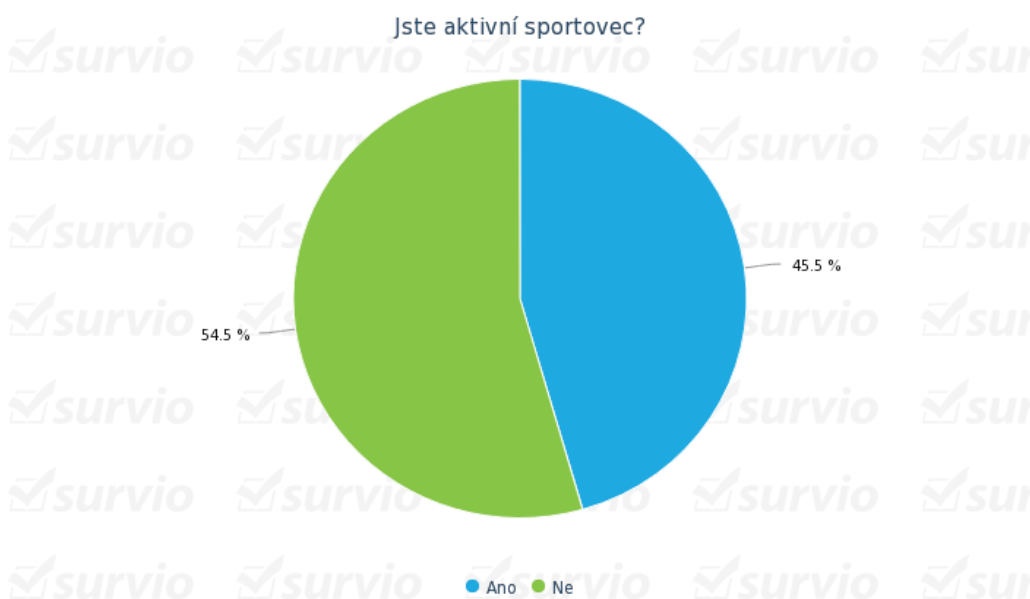
Graf 2: Zájem o kulturu



Otázka 3. – Jste aktivní sportovec?

Otázka aktivního sportu byla položena proto, že dle mého názoru olympijské hry přitahují větší pozornost právě aktivně sportujícího publika. Cílem bylo také zjistit, kolik dotázaných aktivně sportuje. Mezi nespportovce se zařadilo 56 dotázaných, 46 respondentů odpovědělo, že sportují aktivně. Poměr sportovců a nespportovců tak tvořil téměř 1:1.

Graf 3: Poměr aktivních sportovců

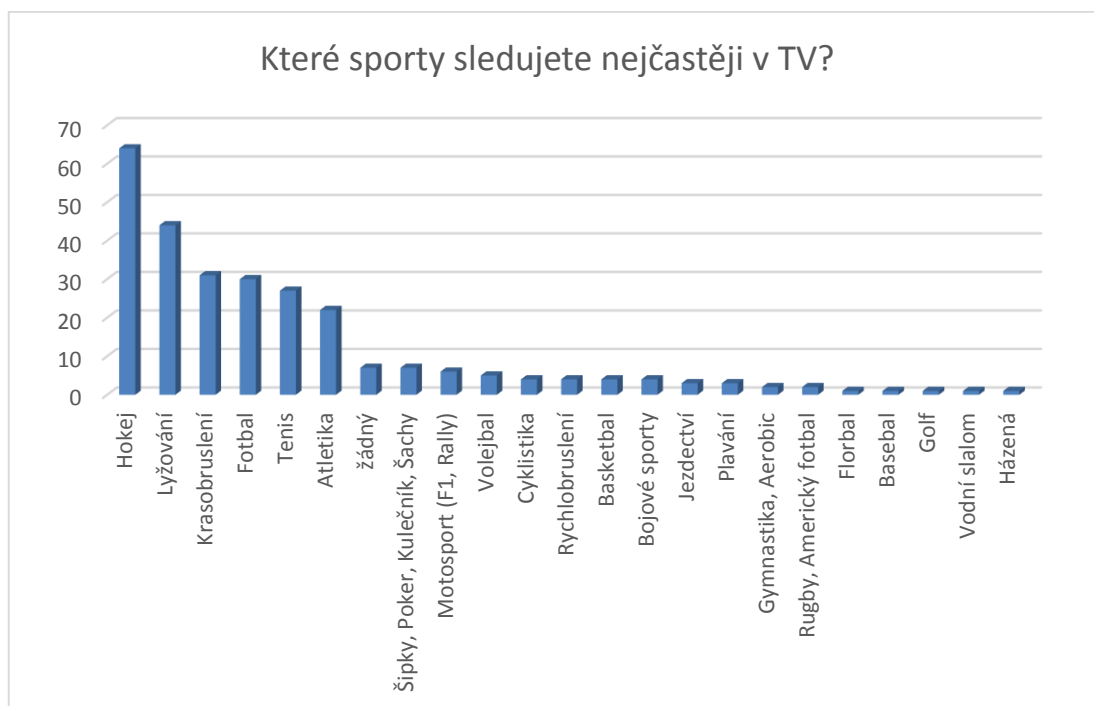


Otázka 4. – Které sporty sledujete nejčastěji v televizi?

Čtvrtá otázka byla položena jako otevřená. Bylo považováno za vhodné, aby každý respondent uvedl přesně tři druhy sportů, které v televizi nejčastěji sleduje. Podle provedeného dotazníkového šetření sledují respondenti v televizi nejčastěji hokej. Ten se v odpovědích objevil celkem 64krát.

Jako další byly sporty, které byly souhrnně označeny jako sporty zimní. Pod toto označení spadají všechny druhy lyžování a snowboardové sporty (biatlon, sjezdové lyžování, skoky na lyžích). Dotazovaných, kteří sledují v televizi nejčastěji tento druh sportu, odpovědělo v provedeném šetření celkem 44.

Graf 4: Nejčastěji sledované sporty v TV



Jako třetí nejčastěji sledovaný sport v televizi bylo podle dotazníku vyhodnoceno krasobruslení, s celkovým počtem 31 respondentů. 30 dotázaných napsalo, že nejčastěji v televizi sleduje fotbal. Mezi další oblíbené sporty patří tenis a atletika. Tenis napsalo celkem 27 a atletiku 22 dotázaných v provedeném průzkumu.

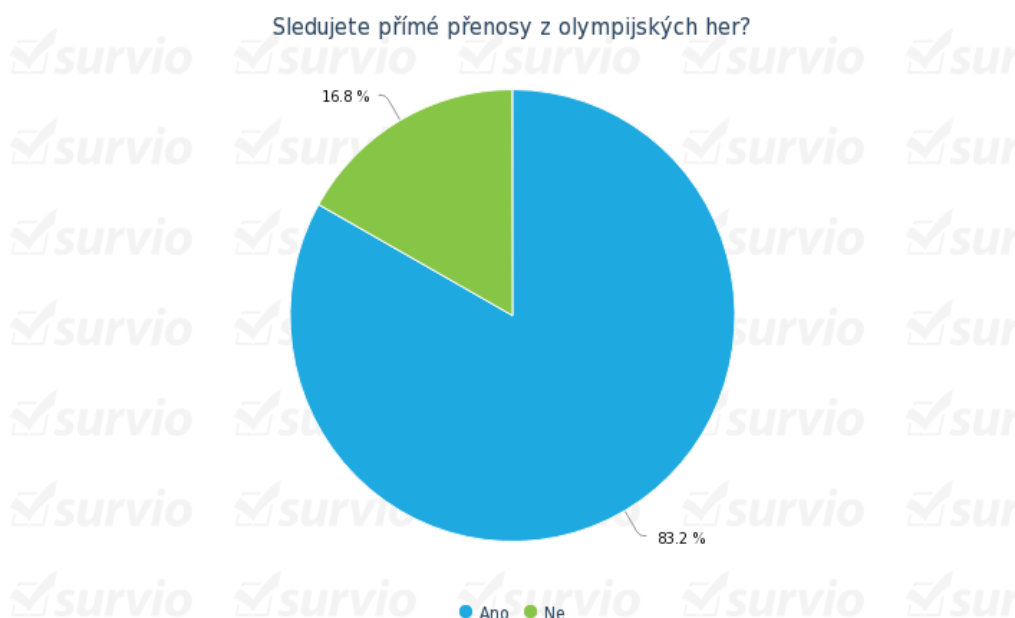
7 dotázaných uvedlo, že nesleduje v televizi žádný sport. Další typy sportů uvedl pouze zlomek respondentů. Několik druhů sportu bylo při vyhodnocování výsledků

průzkumu spojeno do společné skupiny, například šipky, poker, kulečník a šachy, které dohromady napsalo 7 respondentů. Volejbal sleduje v televizi celkem 5 dotázaných. 4 respondenti do svých odpovědí uvedli tyto sporty: cyklistika, rychlobruslení, basketbal a bojové sporty. Pouze 3 dotázaní napsali jezdectví a plavání. Gymnastika (aerobic) a ragby (americký fotbal) byly v odpovědích respondentů zmíněny celkem dvakrát. Jednou se ve výsledcích dotazníkového šetření vyskytli tyto sporty: florbal, baseball, golf, vodní slalom a házená.

Otázka 5. – Sledujete přímé přenosy z olympijských her?

Na tuto otázku odpovědělo 85 lidí kladně a 17 záporně, z čehož vyplývá, že olympijské hry sleduje více než tři čtvrtiny dotázaných. Poměr je úplně stejný jako u první otázky, ve které byli respondenti tázáni, zda mají zájem o sport. Z analýzy lze vyhodnotit, že o olympijské hry má zájem stejné procento populace jako zájemců o sport.

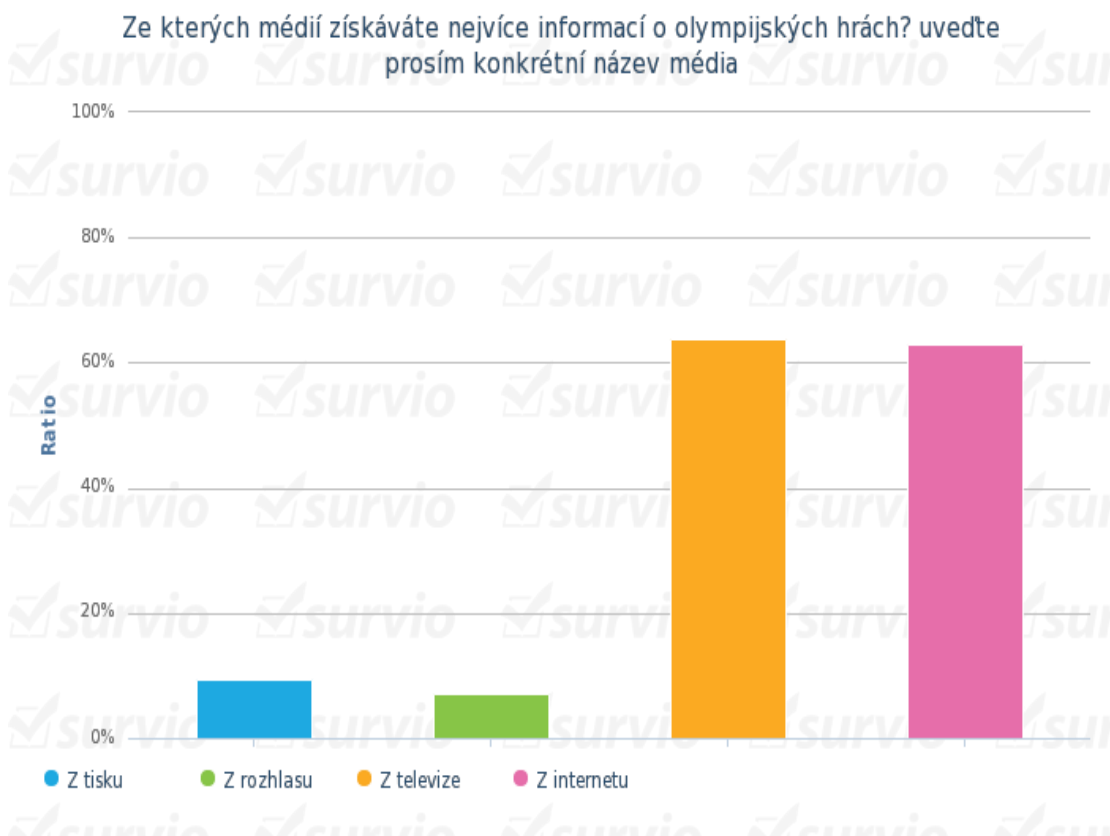
Graf 5: Sledovanost přímých přenosů z OH



Otázka 6. – Ze kterých médií získáváte nejvíce informací o olympiádě?

U otázky číslo šest bylo možné volit z více odpovědí. Dotazovaní měli na výběr možnosti: Tisk, Rozhlas, Televize a Internet. Nejvíce lidí odpovědělo, že získává nejvíce informací o olympiádě z televize. Téměř stejný byl počet respondentů, kteří získávají nejvíce informací o olympiádě z internetu. Počet dotazovaných, jež získávají nejvíce informací z televize, byl 63 a počet těch, kteří z internetu, byl 62. Podobně srovnatelná čísla vycházela u respondentů, kteří označili tisk nebo rozhlas. Poměr počtu dotazovaných, jež získávají nejvíce informací z tisku oproti těm, co z rozhlasu, byl 9:7.

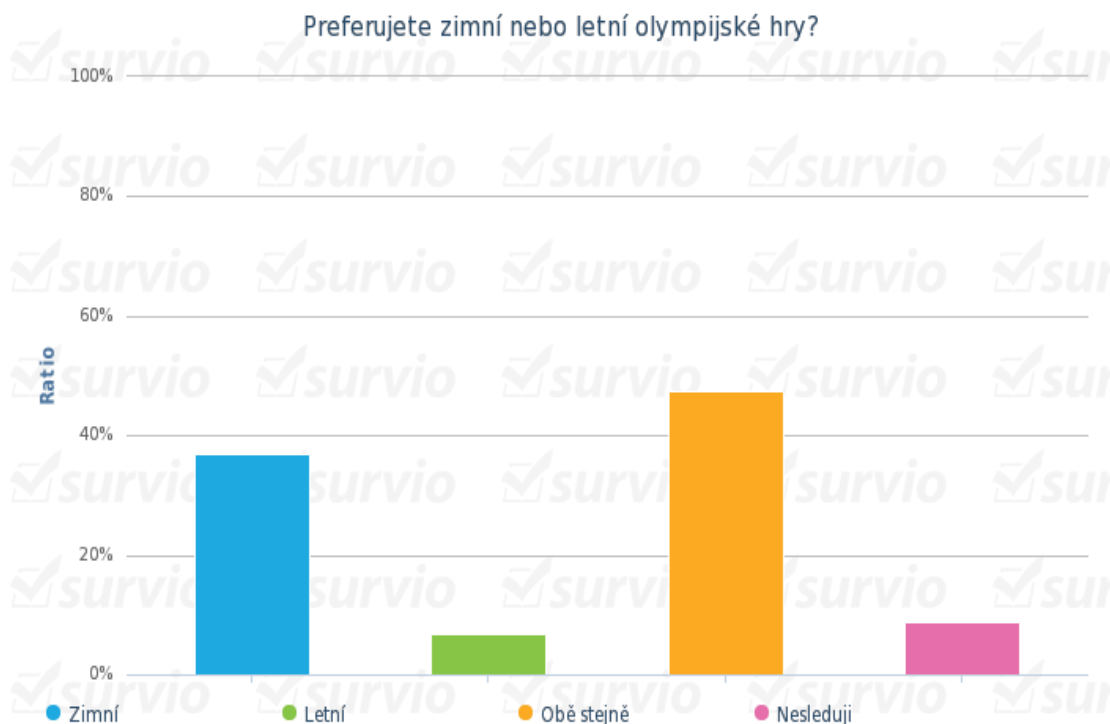
Graf 6: Média



Otázka 7. – Preferujete zimní nebo letní olympijské hry?

U sedmé otázky mohli respondenti volit mezi možnostmi letní OH, zimní OH, obě stejně nebo nesledují. Nejčastější odpovědí bylo, že preferují obě stejně. Celkově tuto možnost označilo 48 dotázaných, což byla téměř polovina. Druhá nejčtenější odpověď byla preference zimních her. Zimní olympijské hry preferuje 38 lidí. To je skoro 40% z těch, co vyplnili dotazník. Pouze letní olympiádu má v oblibě 7 respondentů a zbylých 9 označilo, že OH nesleduje.

Graf 7: Preference OH

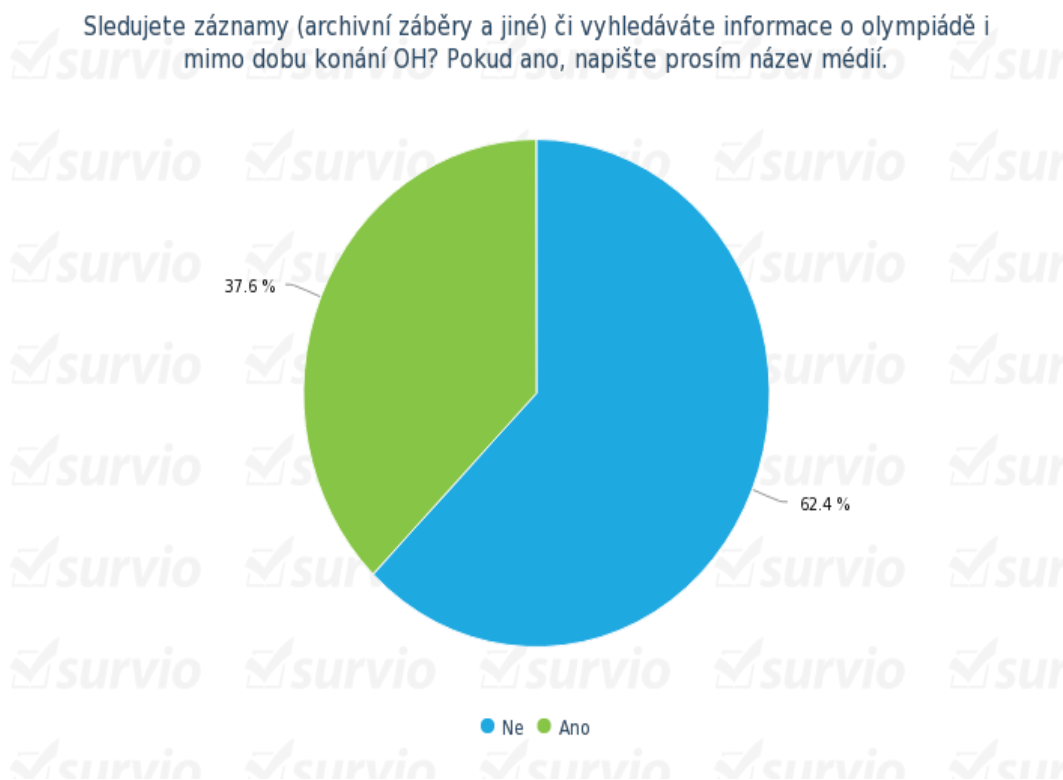


Otázka 8. – Sledujete záznamy či vyhledáváte informace o olympiádě i mimo dobu konání olympijských her?

Na tuto otázku odpovědělo celkem 39 respondentů kladně a 63 záporně. To znamená, že informace mimo dobu konání olympijských her vyhledává téměř 40% dotázaných. Z provedené analýzy vyplývá, že většina respondentů, se sleduje informace jen v průběhu olympiády.

V podotázce jsem se také ptala, kde tyto informace vyhledávají. Mezi časté odpovědi patřily všechny typy sportovních médií. Převládaly internetové odkazy na zpravodajské a sportovní servery, webové stránky ČOV a MOV. Mezi častou odpovědí byly také sociální sítě a youtube.com.

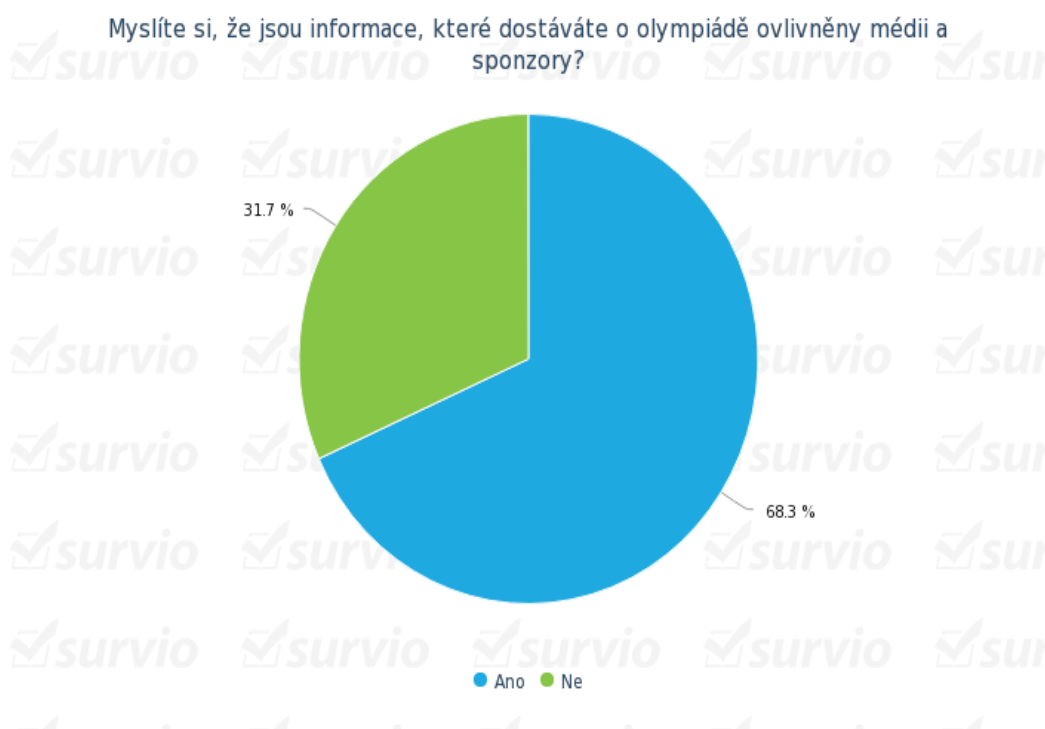
Graf 8: Informace mimo dobu konání OH



Otázka 9. – Myslíte si, že informace, které o olympiádě dostáváte, jsou ovlivněny médii a sponzory?

Cílem deváté otázky bylo zjistit, jak velké povědomí má veřejnost o fungování médií na olympiádě a co si o vztahu media-sponzor-olympiáda myslí. 70 respondentů napsalo, že si myslí, že jsou informace o olympiádě ovlivněny médii. S tímto názorem nesouhlasí 32 dotázaných. Z provedené analýzy výsledků dotazníkového šetření lze vyhodnotit, že téměř dvě třetiny si uvědomují vzájemný vztah a propojenost médií s olympiádou a sponzory a tudíž také vzájemný vztah médií a sportu. Jedna třetina si podle odpovědí na dotazník nemyslí, že by informace, které o olympiádě získává, či již má, byly ovlivněny médii a sponzory.

Graf 9: Vliv médií a sponzorů na OH



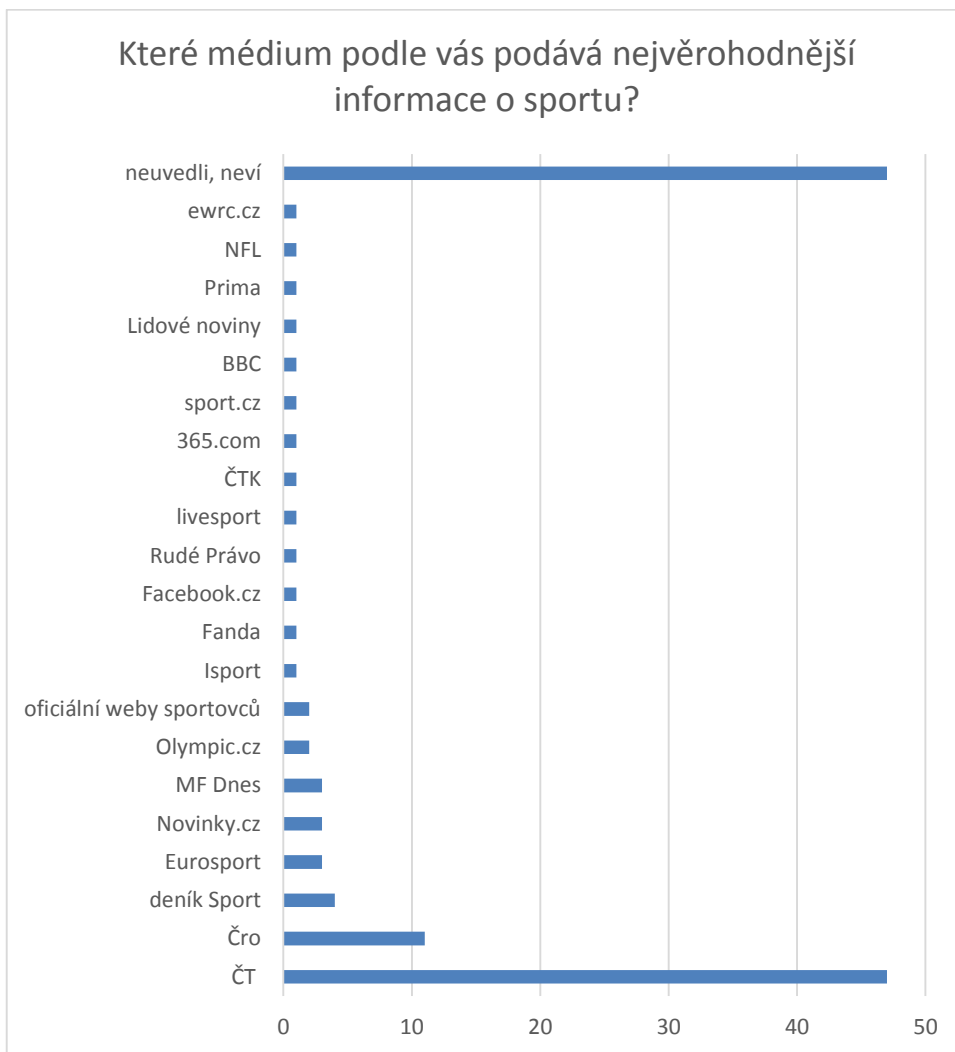
Otázka 10. – Které médium, pokud jde o sport, podává podle vás nejméně věrohodných informací?

Otázka číslo deset byla otevřená, protože kladla důraz především na osobní názor respondentů. Ti mohli odpovídat podle svého uvážení. Byli vyzváni, aby uvedli název konkrétního média. Tento fakt však mnoho z nich ignorovalo a uvádělo pouze informace jako tisk, internet nebo televize. Ve výsledném zpracování průzkumu byla jako nejméně věrohodnější médium vyhodnocena Česká televize. Českou televizi napsalo celkem 24 respondentů. 15 dotazovaných uvedlo, že podle nich nejméně věrohodnější informace podává kanál ČT4 Sport a celkem třikrát se v odpovědích objevil jeden z kanálů České televize (ČT1 nebo ČT2), Zpravodajský kanál české televize ČT24 byl v odpovědích respondentů uveden pětkrát. Po sečtení všech odpovědí, kde se objevil alespoň jeden z kanálů české televize, byl výsledek 47 odpovědí.

Pokud bereme dotázané, kteří opravdu napsali konkrétní název média, 11 napsalo Český rozhlas, jako médium, které má informace nejrelevantnější. Další konkrétní média se v odpovědích objevila méně než pětkrát. Patřily mezi ně deník Sport (4), Eurosport (3), Novinky.cz (3), MF Dnes (3), Olympic.cz (2). 2 respondenti také uvedli, že nejméně věří oficiálních webových stránkách sportovců. Média, která se při vyhodnocování objevila pouze jednou, byla: Iспорт.cz, Fanda, Facebook.cz, Rudé Právo, livesport.cz, ČTK, 365.com, sport.cz, BBC, Lidové noviny, Prima, NFL, ewrc.cz.

Z dotazovaných, kteří neuváděli název konkrétního média, odpovědělo 15, že nejméně věrohodnější informace o sportu najdou v televizi. Stejný počet dotázaných uvedlo internet. 5 respondentů napsalo, že jsou podle nich nejméně věrohodnější informace o sportu v tisku a pouze 3 si myslí, že v rozhlasu. 9 dotazovaných uvedlo, že neví, které médium podává nejméně věrohodnější informace o sportu.

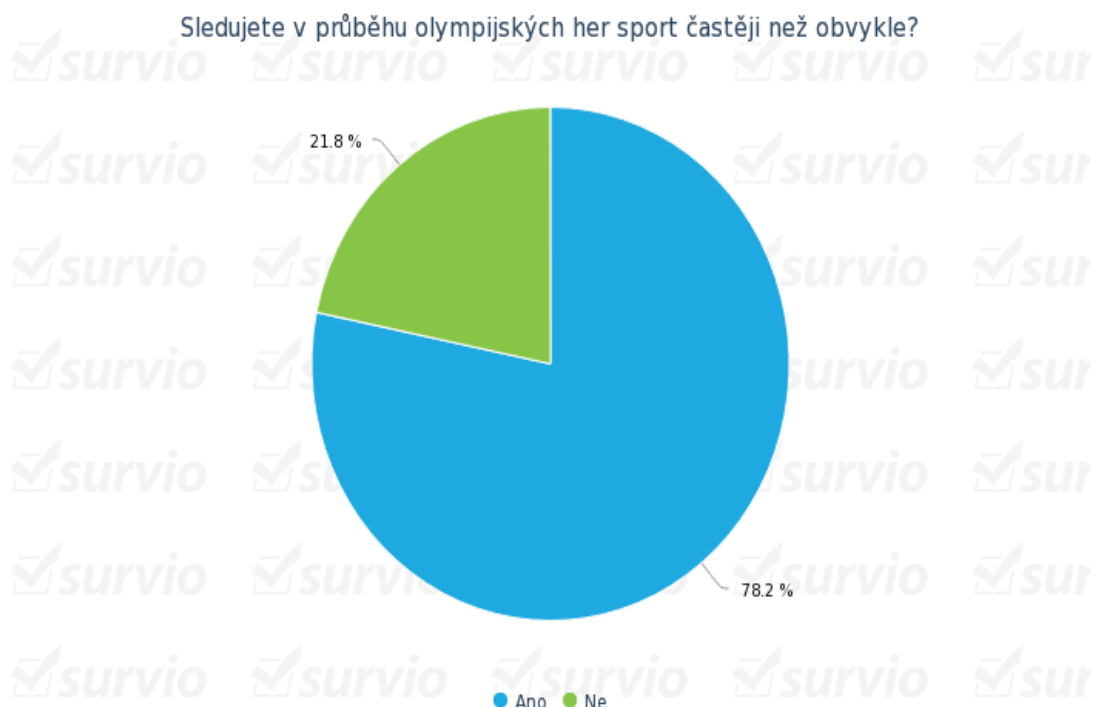
Graf 10: Věrohodnost médií



Otázka 11. – Sledujete v průběhu olympiády sport častěji než obvykle?

Tato otázka je velmi důležitá pro cíle práce. Pomáhá zjistit, jestli olympijské hry zvyšují sledovanost sportu. Počet dotázaných, kteří odpověděli, že se v průběhu olympiády dívají častěji na sport, než obvykle byl 80. Těch, kteří sport během olympijských her sledují stejně často, jako mimo dobu jejich konání, bylo celkem 22. Z průzkumu vyplývá, že skoro 80% respondentů sleduje v době her sport častěji než obvykle.

Graf 11: Sledovanost sportu během OH



Otázka 12. – Jste dostatečně informování o olympijských hrách prostřednictvím médií?

Tato otázka byla zaměřena na to, aby zjistila, jestli je podle lidí, jež vyplnili dotazník, informací o olympiádě dostatek. Dostatečně informovaných je podle průzkumu 99, ostatní 3 respondenti odpověděli záporně.

Otázka 13. – Kterých informací by podle vás bylo potřeba víc?

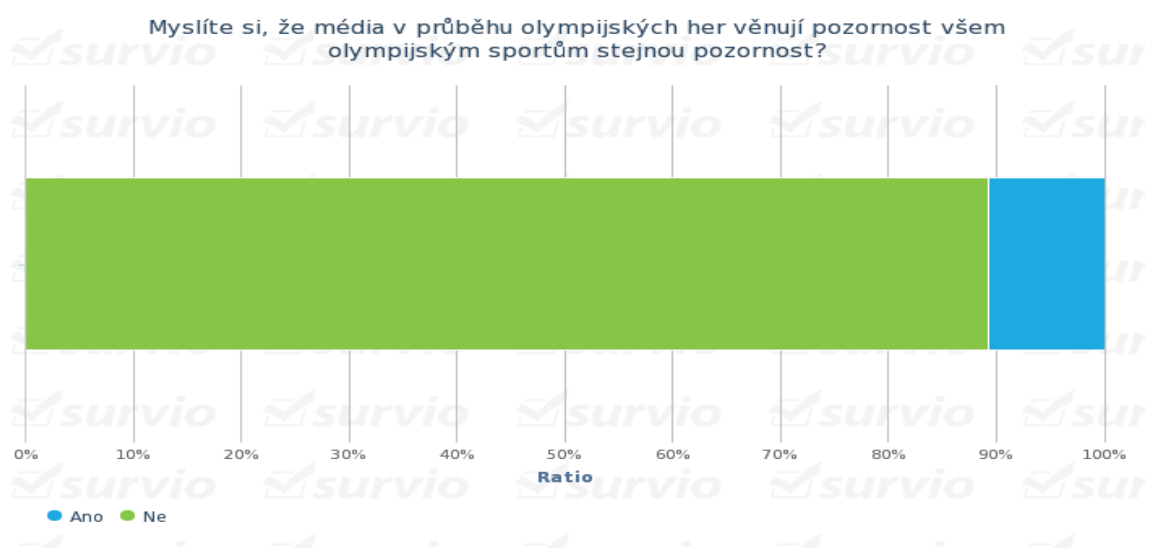
Třináctá otázka byla otevřená, jejím cílem bylo zjistit, které informace respondentům chybí. I přes výsledky z předchozího grafu, podle kterých můžeme tvrdit, že informací je dostatek a respondentů žádné nechybí, odpovědělo, mnoho z nich na tuto otevřenou otázku a napsali, kterých informací by rádi měli víc. Podle analýzy dotazníkového šetření se podařilo prokázat, že celkem 25 respondentů je s informacemi

v průběhu olympijských her spokojeno a nepotřebuje žádné další informace. Na položenou otázku, kterých informací by bylo potřeba víc, odpovědělo 27 dotázaných, že neví. Zbylých 50 lidí v průzkumu uvedlo, že by nějakých informací bylo potřeba víc. Nejčastěji by podle jejich názoru bylo potřeba více informací o historii, ze zákulisí a o jiných zemích, než pouze o České republice a zemi, kde se olympiáda koná. Některým respondentů chybí informace o pravidlech různých sportů a informace o sportovcích, kteří neobsadili medailové pozice. Dotazovaní v několika případech napsali, že by očekávali více informací o méně známých sportech, výsledků a politicky nestranné informace o místě konání.

Otázka 14. – Myslíte si, že média věnují v průběhu olympijských her všem olympijským sportům stejnou pozornost?

Cílem této otázky bylo zjistit, jak je z pohledu veřejnosti vnímána vyváženost zpravodajství v průběhu olympijských her. Většina dotazovaných nesouhlasí s tvrzení, že média věnují všem olympijským sportům během olympiády stejnou pozornost. Celkem s tímto tvrzením nesouhlasilo 91 dotázaných. S názorem, že se média věnují všem sportům vyváženě, souhlasilo 11 lidí, jenž vyplnili dotazník.

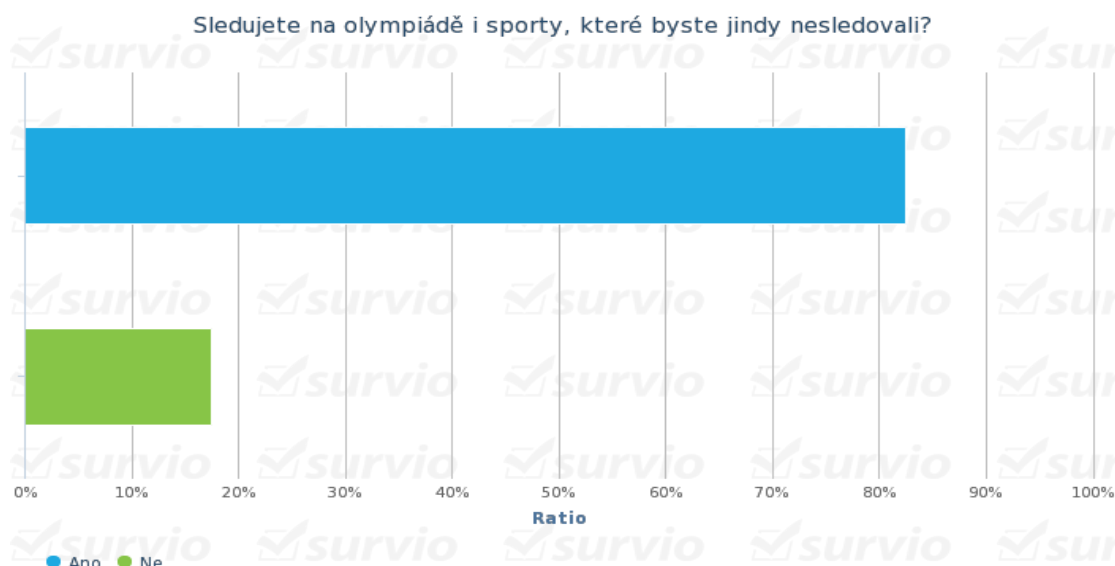
Graf 12: Vyváženost



Otázka 15. – Sledujete na olympiádě i sporty, které byste jindy nesledovali?

Otázka číslo patnáct měla pomoci zjistit, jestli respondenti sledují během olympiády i sporty, které by sami z vlastního popudu nesledovali. Na tuto otázku odpovědělo celkem 85 dotázaných kladně a 17 procent záporně. Tento poměr se rovná stejnému poměru těch, kteří se zajímají o sport a také těch, co sledují olympijské hry.

Graf 13: Sporty



Otázka 16. – Dozvěděli jste se díky olympijským hrám o nějakém sportu poprvé?

Šestnáctá otázka byla položena, proto aby zjistila, jestli olympijské hry vedou k rozšiřování poznatků veřejnosti. Nový sport díky olympijským hrám objevilo celkem 28 z těch, co vyplnili dotazník. 77 respondentů se o žádném ze sportů, jež jsou na olympiádě, nedozvěděl poprvé. Z průzkumu plyne, že nový sport objevila díky olympijským hrám téměř třetina dotázaných.

Graf 14: Sport



Otázka 17. – Jmenujte jakékoliv tři olympijské medailisty.

Otázka byla položena jako otevřená. Cílem bylo zjistit, kolik lidí zná olympijské medailisty a dokáže vyjmenovat alespoň tři z nich a také, které medailisty budou lidé nejčastěji jmenovat. Většina odpovědí, celkem 210, byla jména českých sportovců. Jména sportovců z jiné země se objevila celkem 59 krát. Čtyři respondenti jmenovali jen dva sportovce, jeden uvedl pouze jedno jméno a čtyři nenapsali jméno ani jednoho. Uvedli, že neví, nebo se o to nezajímají. Jeden respondent uvedl tři jména, jež nebyla jména sportovců. Někteří dotazovaní odpověděli sice jména sportovců, ale ne olympijských medailistů, všechny tyto odpovědi z výsledků vyloučeny.

Nejčastěji zmiňovanou českou sportovkyní byla Martina Sáblíková. Její jméno v dotazníku uvedlo 43 lidí. Druhým nejčastěji vyskytovaným jménem – celkem sedmákrát napsaným – bylo jméno české medailistky Barbory Špotákové. Třetí nejčastěji zmiňovaný sportovec v proběhlém šetření byl Aleš Valenta, který byl

jmenován šestnáctkrát. Patnáctkrát se vyskytlo jméno Jaromíra Jágra a Vladimíra Železného. Mezi další často zmiňované sportovce patří Roman Šebrle (13), Eva Samková (12), Kateřina Neumanová (11) a Ondřej Moravec (10). Devět respondentů zmínilo hokejový tým. Jméno Gabriely Soukalové vyplnilo 7 dotazovaných. Sportovní legendy Věru Čáslavskou a Emila Zátopka uvedlo 6 respondentů. Další sportovci byli uváděni méně než třikrát. Mezi jmény se objevil také první český olympijský vítěz ZOH Jiří Raška, a to dvakrát. Sportovci, kteří byli jmenováni celkem třikrát: Martin Doktor, Lukáš Bauer, Tomáš Dvořák, Šárka Strachová-Záhrobská. Dvakrát byla zmíněna jména sedmi sportovců: Kateřina Emmons, David Svoboda, Ondřej Synek, Štěpánka Hilgertová, Jaroslav Kulhavý, David Kostelecký, Dominik Hašek. Jedenáct sportovců se v průzkumu objevilo jednou. Byli to Radka Kovaříková – René Novotný, František Ventura, Miloslav Bednařík, Bedřich Šupčík, Lukáš Pollert, Josef Sabovčík, Adolfinu Táčová, Vavřinec Hradílek, Martina Moravcová, Vladimír Růžička, Hans Zdražila.

Otázka 18. – Co se vám vybaví, když se řekne slovo olympiáda?

Poslední otevřená otázka si kladla za cíl zmapovat, co se lidem vybaví, když se řekne slovo olympiáda. Respondenti mohli odpovídat podle svého uvážení jednou, či víceslovnou odpovědí. Odpovědi na otázku byly velmi různé. Ve výsledné analýze se podařilo dospět k závěru, která slova respondenti zmiňovali nejčastěji.

Nejvíce odpovědí se týkalo slov spojených se sportem. Často jmenovali respondenti olympijské symboly, nejčastěji kruhy, ale také jiné, jako například olympijských oheň a závěrečný ceremoniál. Mezi velmi časté odpovědi patřily také odpovědi jako emoce, medaile, sen každého sportovce, přátelství a národní hrdost. Aby se dalo učinit nějaký závěr, byly odpovědi rozděleny do několika skupin, které spolu nějakým způsobem souvisí. První a nejčastějším objeveným výrazem byly slovní spojení, ve kterých objevovalo slovo sport. Jedná například o odpovědi sportovní událost, sportovní svátek či pouze sport. Tyto výrazy se v odpovědích respondentů objevily celkem 37 krát. Celkem 27 krát se v dotazníku vyskytly názvy olympijských symbolů (oheň, pochodeň, kruhy, ceremoniál, hymna, atd.). Odpovědi, které poukazovaly na prestiž soutěže, medaile a podobně, se podařilo napočítat 16. Celkem

11 respondentů ve svých odpovědích vypsali název konkrétního sportu, nebo jméno sportovce. Odpovědi spojených s emocemi, (očekávání, adrenalin, napětí) se v dotazníku objevilo 9, stejně jako odpovědi, že olympijské hry v lidech evokují národní hrdost, jednotu lidstva, a světový mír. 7 dotázaných napsalo, že když se řekne slovo olympiáda, tak se jim vybaví slova jako zábava, peníze, televize a reklama. 5 respondentů odpovědělo, že má olympiádu spojenou s partou mladých šťastných lidí, přátelstvím a týmovou spoluprací lidí. Dalších 5 dotázaných uvedlo, že si vybaví konkrétní olympijské hry, nejčastěji Nagano 1998. S myšlenkou fair play mají olympiádu spojenou celkem 4 dotázaní. V jedné z odpovědí se objevilo slovo Řecko a atmosféra.

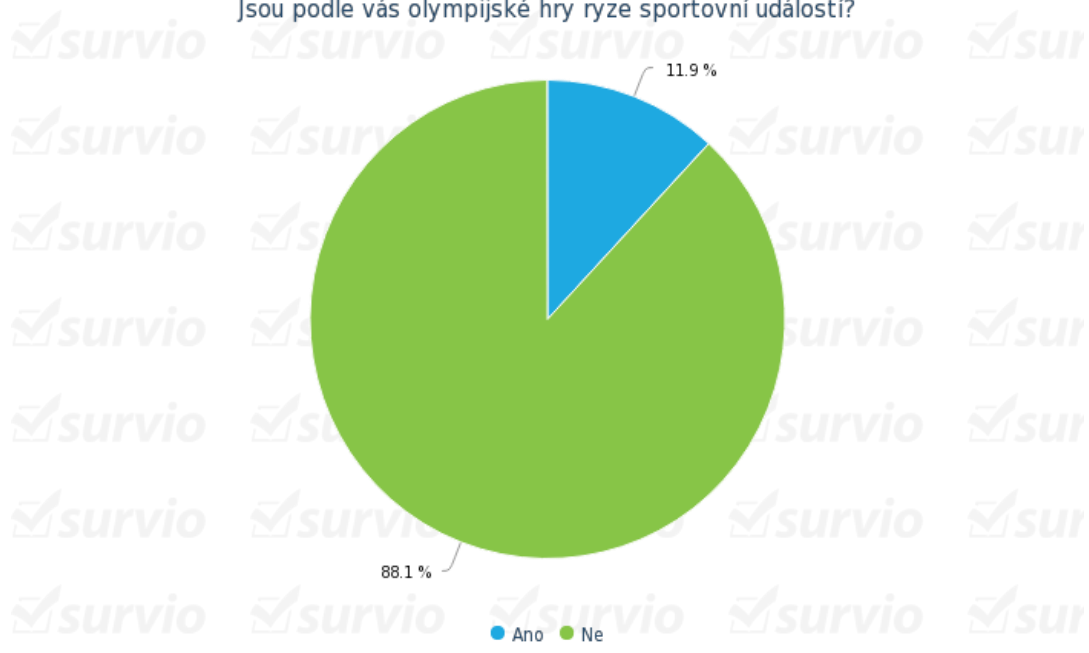
Několik respondentů, kteří odpověděli na dotazník, napsalo delší odpovědi. Jeden z dotázaných uvedl, že je podle něj olympiáda šílenství s utopistickou myšlenkou, že sportem lze sjednotit lidstvo. Na druhou stranu, je to podle něj zajímavá propagace jednotlivých států a člověk se podle něj dozví i informace, které se sportem nespojují. Závěrem dodat, že se jedná o politickou záležitost. Další z dotázaných, popsal olympiádu jako sportovní klání mezi různými zeměmi a etniky, jež poslední dobou ztratila původní heslo, že není důležité vyhrát, ale zúčastnit se. Závěrem je však nutné dodat, že světlé výjimky toto heslo stále občas potvrzují. Další dva respondenti se shodli v názoru, že dnes pro ně jeví OH moc komerčně.

Otázka 19. – Jsou podle vás olympijské hry ryze sportovní událostí?

Poslední otázka byla položena, aby pomohla zhodnocení pohledu veřejnosti na olympijské hry a dala možnost popsat vnímání olympiády respondenty celkově. Podle 90 lidí, kteří odpověděli na průzkum, není olympiáda ryze sportovní událostí, zbylých 12 dotázaných s tímto tvrzením nesouhlasí a myslí, že je to pouze záležitost týkající se sportu.

Graf 15: OH ryze sportovní událost

Jsou podle vás olympijské hry ryze sportovní událostí?



8.1 Interpretace výsledků

Po provedené analýze jednotlivých částí průzkumu a zhodnocení dílčích interpretací bylo přistoupeno k celkové interpretaci závěrů s přihlédnutím k vzájemným souvislostem.

Po celkovém shrnutí výsledků lze konstatovat, že zájem o sport a olympijské hry projevují nejvíce muži i ženy ve věkovém rozmezí 20-40 let. Více než o sport se však dotázaní zajímají o kulturu. Polovina dotázaných aktivně sportuje.

Mezi nejčastěji sledované sporty v televizi podle provedeného průzkumu můžeme zařadit tyto: hokej, lyžování, krasobruslení, fotbal, poté tenis a atletika. Mezi méně oblíbené sporty v televizi patří volejbal, cyklistika a rychlobruslení. Martina Sáblíková byla i přesto, nejčastěji jmenovaným olympijským medailistou v provedeném průzkumu.

Respondenti preferují zimní olympiádu před letními OH. Téměř polovina sleduje letní i zimní olympiádu. Z provedené průzkumu se povedlo dojít k závěru, že na našem území patří zimní sporty a zimní olympijské hry mezi divácky oblíbenější.

Přímě přenosy z olympijských her sleduje stejný počet respondentů jako těch co uvedli, že se zajímají o sport, z čehož vyplývá, že pouze dotázaní co se zajímají o sport, sledují olympijské hry. Z analýzy výsledků dotazníkového šetření lze konstatovat, že dotázaní, kteří se zajímají o sport a sledují olympijské hry, sledují během olympijských her i jiné sporty než obvykle.

Nejvíce informací o olympijských hrách získávají dotázaní prostřednictvím televize a na internetu. Pouze velmi málo respondentů získává informace o olympiádě z ostatních druhů médií. Většina dotázaných sleduje olympijské hry pouze po dobu jejich konání. Informace mimo dobu konání olympijských her vyhledává pouze třetina respondentů.

Z provedeného šetření nebylo jisté, zda jsou dotázaní dostatečně informováni o olympijských hrách prostřednictvím médií. Téměř všichni odpověděli, že ano. Na doplňující otevřenou otázku však polovina z nich uvedla, kterých informací bylo

potřeba víc. Čtvrtina dotázaných je informacemi spokojena a uvedla, že je informací o olympiádě na jejich vkus až moc.

Když se řekne slovo olympiáda, většině respondentů se vybaví slovo sport, olympijské symboly, emoce hrdost a prestiž. Pro velkou většinu dotázaných nejsou olympijské hry ryze sportovní událostí.

9. HARMONOGRAM POSTUPU – Hloubkové rozhovory

Přesný harmonogram postupu pro provedení hloubkových rozhovorů byl vypracován jako první a bylo podle něj postupováno po celou dobu zpracovávání.

9.1 Přípravná fáze

Základem bylo přesně zformulovat a stanovit cíle práce a následně stanovit hypotézy, jež budou provedenými rozhovory potvrzeny nebo vyvráceny.

Hypotéza 6.: Účast na Olympiádě je pro sportovce nejvyšší možnou motivací k tréninku.

Hypotéza 7.: Během olympijských her sportovci pocítují tlak ze strany médií a sponzorů, nicméně nemají podle nich takovou moc, že by dokázaly úplně měnit olympijskou realitu.

Následně bylo přistoupeno k vytváření jednotlivých otázek k rozhovoru. Otázky bylo nutno sestavit tak, aby znění i formulace pokládaných dotazů umožňovaly jednoznačné a srozumitelné odpovědi, dobře použitelné k jejich analýze. Bylo důležité otázky položit tak, aby respondenti neodpovídali pouze jednoslovně a mohli k danému tématu vyjádřit svůj názor. Otázky byly zvoleny, tak aby nikomu z dotazovaných nevnucovali názor tazatele a bylo tak jen na svobodné vůli respondenta jak odpoví. Zkušební verze rozhovoru byla poprvé vyzkoušena na jednom, ze sportovců a bez dalšího přepracování použita i pro další z vybraných sportovců.

9.2 Realizační fáze – výběr respondentů

Dle zvoleného postupu byli vybráni sportovci, jež odpovídali stanoveným kritériím. Účastníci jedněch i více olympijských her, zástupci obou pohlaví z letních i zimních klání. Bylo vybráno šest sportovců, kterým byla poslána žádost o rozhovor. Komunikace probíhala elektronicky, na bázi osobního rozhovoru a také skrz mediální agentury. Nakonec byli zvoleni čtyři, se kterými byla zorganizovaná schůzka, či byl poslán rozhovor v podobě elektronické.

Vybraní sportovci:

Simona Baumrtová – 23 let, disciplína: plavání, OH 2012: 10. místo

Martina Sáblíková – 28 let, disciplína: rychlobruslení, OH 2006: 4. a 7. místo, OH 2010: 2x1. a 3. místo, OH 2014: 1. a 2. místo

Ondřej Synek – 32 let, disciplína: veslování, OH 2008: 2. místo, OH2012: 2. místo

Tomáš Verner – 29 let, disciplína: krasobruslení, OH 2006: 18. místo, OH 2010: 19. místo, OH 2014: 11. místo

Rozhovory probíhaly v období měsíce března.

9.3 Vyhodnocovací fáze

Hlubkové rozhovory byly zrealizovány se dvěma účastnicemi a dvěma účastníky jedné, dvou i více letních a zimních olympiád. Simona Baumrtová a Ondřej Synek odpovídali na rozhovor v tištěné formě, Martina Sáblíková na otázky odpověděla prostřednictvím tiskového mluvčího na tiskové konferenci v Českém rozhlase v mluvené podobě. Tomáš Verner odpovídal při osobním setkání na diktafon. Rozhovory nahrané na diktafon byly následně zpracovány do tištěné podoby a poté probíhala analýza dat. Časově zabraly odpovědi respondentům od pěti do dvaceti minut. Nejvíce času věnoval rozhovoru Tomáš Verner, který odpovídal na diktafon 23 minut a zodpověděl také některé dodatečné podrobnější otázky k tématu práce.

10. ANALÝZA DAT – Hloubkové rozhovory

Otázka 1. – Je pro vás účast na olympijských hrách nejvyšší možnou motivací k tréninku? Proč tomu tak je?

Dotázaní sportovci se shodují, že je účast na Olympiádě velkou motivací k tréninku. Pro Martinu Sáblíkovou se jedná o rozhodně nejvíce motivační prvek. Své tvrzení zdůvodnila tím, že se olympijské hry konají jednou za čtyři roky. V rozhovoru zmínila také jeho celosvětovou prestiž a unikátnost tohoto sportovního svátku, protože v době konání her je na světě relativně mír. V rozhovoru uvedla, že je velmi důležité naplánovat sportovní formu tak, aby byla co možná nejlepší na tuto ojedinělou událost, což podle ní dělá olympiádu kouzelnou. „*Na Olympiádě vám jeden start může změnit život,*“¹³¹ řekla Martina.

Simona Baumrtová tvrzení, že se jedná o velmi vzácné závody, potvrdila. Účast na hrách je podle ní snem každého sportovce. Myslí si, že každý vrcholový sportovec se snaží udělat maximum, aby byl součástí tohoto sportovního svátku. Simona také uvádí: „*Olympijské hry jsou nepřekonatelné svou atmosférou a všemi sporty v jeden stanovený termín, nejvyšším zastoupením států z celého světa.*“¹³²

Ondřej Synek tento názor vyvrátil. Sám řekl, že olympiáda pro něj rozhodně není největší motivací. Tou největší sportovní motivací je z jeho pohledu závodění samotné a překonávání soupeřů. Avšak přiznává, že díky své výjimečnosti jsou olympijské hry nejvyšší metou, co se týče motivace do závodění a vrcholového sportu.

Také podle čtvrtého respondenta Tomáše Verneru se samotná účast na olympiádě nedá počítat jako nejvyšší možná motivace k tréninku. Olympijské hry se dle jeho názoru počítají jako ultimativní cíl každého sportovce, pokud se rozhodl startovat v olympijském sportu. Ale myslí si, že dílčích motivací, které jsou potřeba, je víc a účast na OH je jen jednou z nich. Z těch dalších možných motivací jmenoval

¹³¹ viz příloha s. V

¹³² viz příloha s. VI

například dostat se do reprezentace, naplnit své vlastní cíle, jež si předsevzal před sezónou. V rozhovoru uvedl, že osobních cílů může být mnoho, stejně tak jako cílů trenérského týmu a fanoušků. Olympijské hry podle něj k motivaci podávat nejlepší výkon velmi napomáhají, ale není to jediná věc, jež jeho osobně motivuje. V rozhovoru uvedl, že z jeho pohledu je to tak proto, že jde o reprezentaci vlastní země na největším a nejprestižnějším závodě na světě. Účast na hrách byla pro Tomáše pocta a popsals, že šlo i o duch nacionalismu. Tomáš dodal: „*První olympiáda pro mě byla čest, hrdost a pocta, že jsem mohl reprezentovat svoji zemi.*“¹³³

Dalo by se říci, že pro každého z dotázaných sportovců je olympiáda velmi důležitý motivační faktor. Pro dotázané ženy má větší význam než pro muže. Ti v provedeném hloubkovém rozhovoru jmenovali další motivace k tréninku. Pro dotázané sportovce jsou olympijské hry sportovní svátkem a jedinečnou událostí. V rozhovorech někteří z nich uvedli, že jsou olympijské hry snem každého sportovce a jsou brány jako ultimativní motivační prvek. Další z motivací, které sportovci jmenovali, byly například závodění, překonávání soupeřů, cíle osobní a trenérského týmu.

Otázka 2. – Jakou roli hrají podle vás během Olympiády média? Mají jinou než ryze zpravodajskou úlohu?

Martina Sáblíková zhodnotila působení médií na olympijských hrách pozitivně. V rozhovoru přiznala, že s médii spolupracuje už dlouho, a tak má zde i lidi, kteří jí dokážou pomoci a podpořit ji, pokud si před závodem nevěří. V rozhovoru dodala: „*Právě proto, že jsou na olympijských hrách tak dokážou tomu člověku, nebo alespoň mě, protože těch lidí tam pár je a dokážou mi zvednout sebevědomí, což je bezvadné!*“¹³⁴

Simona Baumrtová vidí působení médií na olympijských hrách především jako zpravodajství, ale nepopírá, že jde i o formu marketingu. Uvedla, že někdy ve špatném

¹³³ viz příloha s. VIII

¹³⁴ viz příloha s. V

slova smyslu a podotýká, že se tak může stát právě v době, když se dostaví sportovní úspěch.

S jejich názorem souhlasil i Ondřej Synek. Připomněl, že olympiáda je sportovní akcí neskutečného rozměru a média zprostředkovávají obraz OH pro celý svět. „*Měly by mít jen zpravodajskou úlohu, někdy však může lehce skrze ně někdo prezentovat názory celému světu v přímém přenosu,*“¹³⁵ potvrdil spornou roli médií Synek.

„*Když se zaměříme na sport, hrají alfu a omegu,*“¹³⁶ vysvětlil Tomáš Verner. Argumentoval tím, že: „*Bohužel to dnes tak je. Bez toho, aniž by sport byl vidět, se nedostane vůbec k srdci diváků a nedostane se ani k penězům, které jsou ve vrcholovém sportu potřeba.*“¹³⁷ Celou situaci na olympiádě však komentoval tak, že je to dobře zvládnuté. „*Jsou vytvořeny bariéry, jež chrání soukromí sportovce před novináři*“¹³⁸, dodal. Dále vysvětloval celé fungování vztahu sportovec – novinář. Tomáš potvrdil, že pokud je sportovci cokoliv nepříjemné, jsou na olympiádě přítomny orgány, které mohou v komunikaci pomoci. Novinářům je podle Tomáše poskytován dostatečný prostor, a tak vše z jeho zkušeností funguje v pozitivním duchu.

Z analýzy této otázky je patrné, že všichni sportovci si uvědomují velký význam médií. Co se týče jejich názoru přímo na zpravodajskou úlohu médií, podařilo se zjistit, že většina z nich si nemyslí, že mají média na olympiádě pouze zpravodajskou úlohu. Martina Sáblíková vysvětlila, že ji novináři na olympiádě dokážou podpořit. Simona Baumrtová vidí jako jednu z úloh médií formu marketingu. Ondřej Synek podotýká, že se skrz média mohou publikovat subjektivní názory novinářů do celého světa. Podle Tomáše jsou média prostředek možného zisku financí a zviditelnění se.

¹³⁵ viz příloha s. VII

¹³⁶ viz příloha s. IIX

¹³⁷ Tamtéž

¹³⁸ Tamtéž

Otázka 3. – Mají média takovou moc, že mohou naprosto měnit olympijskou realitu? Zažili jste podobný pocit?

Podle Martiny Sáblíkové záleží na tom, jaké informace lidé, jež se olympijských her neúčastní, získají. „*Každý článek popisuje něco jiného a každý člověk má na určité věci jiný pohled,*“¹³⁹ vysvětlila v rozhovoru Sáblíková. Dodala také, že to, co se lidé dozvědí z médií doma, nemusí být stoprocentní pro lidi, kteří se tou dobou nacházejí v místě konání olympijských her. Také se podle ní v médiích může vyskytnout rozdílnost subjektivního názoru každého mediálního pracovníka, což může na veřejnost působit zkresleně. Celkově působení médií hodnotila pozitivně.

Simona Baumrtová s tvrzením, že média mohou naprosto měnit olympijskou realitu, souhlasila. Sama se s podobným pocitem setkala. Většina novinářů podle ní nehledá fakta, ale senzace. V rozhovoru napsala, že s tím má mnoho osobní zkušeností. „*Nikoho nezajímá, že jste zaplavala osobní rekord, ale hlavně, že jste si zamávala s Michaelem Phelpsem, nebo že jste si dala jinou snídani, než na kterou jste během závodů zvyklá,*“¹⁴⁰ popsala negativní působení médií Baumrtová.

Narozdíl od Baumrtové je Ondřej Synek k moci médií mnohem více skeptický. Myslí si, že se spíš stávají různé přehmaty, například když komentátor stoprocentně nerozumí danému sportu a může tak divákovi podávat zkreslené informace.

Tomáš Verner na otázku, zda mají média takovou moc, že mohou měnit olympijskou realitu, odpověděl bez váhání kladně. Dle jeho názoru mají média takovou moc, že dokážou měnit jakoukoliv realitu. Myslí si, že by lidé měli brát některé zprávy týkající se OH s nadhledem. Uvedl, že bylo napsáno mnoho informací o OH v Soči, které se sportu vůbec netýkaly, a to podle něj není správné. Tomáš si myslí, že média mohou měnit náladu olympijských her a jsou schopné spustit nějakou propagandu před OH, špatně reportovat nebo mohou udělat hořkou tečku za olympiádou. V průběhu konání her si však myslí, že to nejde, protože je tam mnoho přímých přenosů a lidi, jež olympiádu sledují, mohou vidět na vlastní oči, co se děje.

¹³⁹ Viz příloha s. V

¹⁴⁰ viz příloha s. VI

Z analýzy této otázky se podařilo zjistit, že každý z dotázaných má jiné informace, zkušenosti a názory na vliv médií na olympijské hry. Celkové působení médií na obraz olympiády hodnotí každý z dotázaných sportovců jinak. Všichni sportovci se však shodli, že může dojít ke zkreslení informací a tedy i k určitému pozměnění olympijské reality. Sportovci, kteří poskytli informace pro praktickou část této práce, zmínili několik příčin, proč si myslí, že k tomu dochází: subjektivní názor novináře, bulvarizace, špatná informovanost komentátorů a záměrná mediální manipulace.

Otázka 4. – Pociťujete větší tlak ze strany médií a sponzorů před a v průběhu olympijských her než obvykle?

„Samozřejmě pro sponzory je dobré, když má jejich závodník na OH medaili, i když je blbé, že tam ta loga žádná mít nemohou. Proto je to na OH trochu odsunuté. Když se pak člověk fotí po hrách s medailemi, tak je to úplně jiné,“¹⁴¹ vysvětlila Sábliková. Popsala, že tlak médií i sponzorů sportovec cítí, když všichni píšou, že má šanci na medaili a rozebírají, jak se cítí. V rozhovoru řekla, že člověk musí být psychicky silný, aby to ustál. Je důležité, aby hlava zůstala taková jako po celou sezónu.

Simona Baumrtová se Sáblikovou sdílí názor, že je na sportovce kladen ze strany sponzorů tlak. V jejím případě prý takový tlak kladen nebyl, protože jela na olympiádu poprvé s neurčitými ambicemi. *„Chtěla jsem si zaplavat nejlepší osobní výkony a mým přáním bylo dostat se do semifinále,“¹⁴²* napsala do rozhovoru a přiznala, že díky tomu byla více v klidu a mohla se soustředit na to, co ji baví. Myslí si, že je na olympiádu kladen nejvyšší důraz, protože se koná jednou za čtyři roky.

Podle Ondřeje Synka nejsou sponzoři před olympiádou velký problém, dopřávají sportovci klid a čas, protože ví, že je to vrchol čtyřletého cyklu. Novináři jsou podle něj před olympijskými hrami a po nich neskuteční „nenažranci“. *„Ale dá se tomu bránit,“*

¹⁴¹ viz příloha s. V

¹⁴² viz příloha s. VI

*pokud si člověk řekne, že první věc je sport a trénink a potom teprve nějaké utváření obrazu v médiích,*¹⁴³ vysvětlil v rozhovoru Synek.

*„Tlak je tam samozřejmě velký, největší však vychází z nitra samotného sportovce,*¹⁴⁴ popsal Tomáš Verner. Dodal, že kdyby tlak ze strany médií na sportovce byl podle jeho názoru nepřiměřený, má každý sportovec možnost kontaktovat MOV a českou misii, která situaci vyřeší skrz tiskového mluvčího nebo jinou cestou. Podle jeho osobních zkušeností s médií na olympiádě bylo vždy všechno výborně zvládnuto. Verner popsal, že na olympiádě existují protokoly, které zajišťují dost prostoru médiím a zároveň chrání sportovce. *„Myslím, že olympijské hry vytváří atmosféru, kdy samotná média mají respekt ke sportovním výkonům sportovců a nesnaží se překračovat bariéry, jež jsou MOV nastaveny. Myslím, že tyto bariéry jsou nastaveny ideálně,*¹⁴⁵ pochválil MOV a olympijské podmínky Verner.

Při analýze čtvrté otázky se povedlo získat jasný závěr. Tři z dotázaných sportovců uvedli, že je kladen větší tlak ze strany médií i sponzorů během olympijských her. Ondřej Synek s názorem nesouhlasí. Podle něj jsou problémem jen novináři, kteří kladou na sportovce velký tlak. Z provedených rozhovorů bylo zjištěno, že sportovec by měl být dostatečně silná osobnost, aby tento tlak ze strany medií ustál, soustředil se na své osobní cíle a udělal si čas a klid na věci, které ho baví. Komunikace s médií je na uvážení samotného sportovce. Ve svém osobní volnu s novináři mluvit nemusí. Na oficiálních sportovištích je prostor pro média vyhrazen v omezeném čase. Jeden z dotázaných sportovců také popsal, že největší tlak na sebe klade sám sportovec. Média a sponzoři mají schopnost tento tlak několikanásobně zvýšit i přesto, že to není jejich úmyslem.

Otázka 5. – Jak vnímá média a spolupráci s nimi samotný sportovec?

Martina Sábliková v rozhovoru uvedla, že si nemůže na nic stěžovat. Média má až na výjimky ráda. Médii o sobě nedává vědět osobní informace. *„Musím říct, že*

¹⁴³ viz příloha s. VII

¹⁴⁴ viz příloha s. IX

¹⁴⁵ viz příloha s. IIX

*jsem nikdy neměla žádný problém, takže hodnotím jedinež kladně,*¹⁴⁶ chválí média Sáblíková.

Podle Simony Baumrtové není působení médií jednoznačně pozitivní. *„Pokud si sportovec může článek autorizovat, tak je to v pohodě, bohužel se tak většinou neděje,*¹⁴⁷ popisuje negativní zkušenosti Baumrtová. Poté z toho může vzniknout úplně jiný článek, než původně měl být, což se jí nelíbí.

Tento názor vyvrací Ondřej Synek tvrzením, že každý sportovec je tak trochu exhibicionista a že média potřebuje, aby měl své výkony komu ukázat. *„Je to prostě propojeno. Pochybuji, že někdo by vyhrál nějaký závod na olympiádě a byl by rád, kdyby ho při tom nikdo neviděl a nikdo ho nenatočil a nepustil celému světu,*¹⁴⁸ vysvětluje.

Tomáš Verner si myslí, že vztah sportovce s novinářem je oboustranný. *„Novináři potřebují sportovce, sportovci potřebují novináře. A myslím, že je důležité si to uvědomit na začátku této spolupráce,*¹⁴⁹ popisuje Verner. V rozhovoru také uvádí, že si novinářů vždycky vážil, těch, kterých si neváží, těm se raději vyhýbá.

Na otázku, jak vnímá spolupráci s médii samotný sportovec, odpověděl každý z dotázaných podle své osobní zkušenosti. Martina Sáblíková byla s prací médií spokojena. Simona Baumrtová zmínila, že pokud nemají novináři dostatek sportovních informací, jež by nalákaly čtenáře, začínají je zajímat méně hodnotné informace a kvůli zvýšení čtenosti, poslechovosti či sledovanosti, začínají bulvarizovat. Podle Ondřeje Synka a Tomáše Vernera je vztah médií a sportovce vzájemný a propojený.

¹⁴⁶ viz příloha s. V

¹⁴⁷ viz příloha s. VI

¹⁴⁸ viz příloha s. VII

¹⁴⁹ viz příloha s. IX

10.1 Interpretace výsledků

Po provedené analýze výsledků hloubkových rozhovorů se sportovci můžeme tvrdit, že účast na olympiádě je velmi důležitý motivační prvek a hraje velkou roli v jejich přípravě. Sportovci uvedli několik důvodů. Olympijské hry se konají pouze jednou za čtyři roky, jsou tedy velmi ojedinělou záležitostí. Někteří z nich vidí v olympijských hrách sen, který by si podle nich chtěl splnit každý sportovec.

Dále se z rozhovorů se podařilo zjistit, že média podle dotázaných nemají pouze zpravodajskou úlohu. Podle analýzy odpovědí, které se podařilo získat, mohou být novináři na olympijských hrách morální podporou, mají však také možnost publikovat své subjektivní názory do celého světa. Dotázaní uvedli, že vnímají média také jako formu marketingu a možnost zviditelnění sportu a sebe.

Osobní zkušenosti každého ze sportovců se liší, a tak se nepodařilo zjistit jednotný názor na hlubší problematiku, co se týče moci médií. Někteří z dotázaných si myslí, že média mohou měnit olympijskou realitu. Sportovci uvedli, že mohou některé informace z olympijských her působit zkresleně, především kvůli subjektivním názorům konkrétních novinářů a faktickým nepřesnostem, kterých se novinář občas dopustí. Mezi zpracovanými rozhovory byla také vysvětlena osobní zkušenost s bulvarizací.

Všichni sportovci potvrdili, že při takové soutěži jakou jsou olympijské hry, dochází k velkému tlaku ze strany médií a uvedli několik možných řešení tohoto problému.

Z poslední otázky se podařilo zjistit, že podle dotázaných sportovců je vztah novináře a sportovce oboustranný, a proto by měl být sportovec, který se ocitne v pozornosti médií, obezřetný. Jakýkoliv fakt může být médií zpracován jinak, než by si přál, ale přesto je v jeho zájmu, aby se o něm psalo a aby byl vidět.

ZÁVĚR

Cílem diplomové práce bylo prozkoumat vztah sportu a médií, vliv médií na sport a olympijské hry a vývoj olympijské myšlenky v historickém kontextu až do současnosti. Také bylo mým úkolem zjistit, jak vnímají vztah mezi médií a sportem účastníci olympijských her a široká veřejnost, která média jsou pro sportovní přenosy nejvhodnější a zda mohou ovlivňovat olympijskou myšlenku.

Část teoretická se zabývá pojmem sport, jeho významem v lidském životě a historickým vývojem tohoto fenoménu až po znovuzrození olympijských her. Poté byla podrobně rozebrána a vysvětlena olympijská myšlenka, její východiska a začlenění do kulturního a sociologického kontextu dané doby. Následně byl zpracován historický vývoj této myšlenky až do 21. století, kde byly rozebrány jednotlivé olympijské hry a nejdůležitější fakta z pohledu médií. Práce se také věnovala tématice sportovní žurnalistiky jako důležitého zprostředkovatele sportovních událostí lidem po celém světě.

V praktické části jsem zjišťovala, jak média zprostředkovávají olympijskou realitu z pohledu veřejnosti a olympijských účastníků. Bylo stanoveno sedm výzkumných hypotéz, které byly potvrzeny nebo vyvráceny na základě výsledků z provedeného dotazníku a hloubkových rozhovorů.

Hypotéza 1.: Dotázaní sledují v době konání olympijských her sport častěji než obvykle.

Většina dotázaných respondentů sleduje v době konání olympijských her sport častěji než obvykle. Stanovená hypotéza byla potvrzena. Můžeme tedy potvrdit fakt, že olympijské hry zvyšují v době konání zájem o sport. Můžeme se také domnívat, že v období olympijských her je sport v médiích častěji, jedná se tedy o mediálně zajímavou událost, protože je divácky atraktivní a naopak olympijské hry jsou divácky atraktivní, protože je sport v době jejich konání v médiích častěji než obvykle.

Hypotéza 2.: Většina dotázaných se díky olympijským hrám dozvěděla o nějakém sportu poprvé.

Dotázaných, kteří v průzkumu uvedli, že se o nějakém sportu dozvěděli díky olympijským hrám poprvé, byla necelá jedna třetina. Tuto hypotézu se potvrdit nepodařilo. Není jisté, zda si všichni respondenti pamatují, kdy a jak se o nějakém sportu dozvěděli poprvé. Z provedené analýzy však vyplývá, že olympijské sporty jsou většinou divácky známé a populární sporty. V současnosti existuje mnoho sportovních odvětví, na olympijské hry se však dostane pouze zlomek sportů, většinou jsou to sporty divácky atraktivní a známé, aby zaujali co nejvíce příjemců. Sporty, které nejsou notoricky známé, jsou divácky méně oblíbené, a tak není v zájmu sponzorů, médií a také olympijských her, aby byly jejich součástí.

Hypotéza 3.: Většina respondentů souhlasí s tvrzením, že informace, které získávají o olympiádě, jsou ovlivněny médii a sponzory.

Z výsledků vyplývá, že většina respondentů vliv médií a sponzorů na informacích získaných z olympiády vnímá. Přesto, že se podařilo stanovenou hypotézu potvrdit, je počet dotázaných, kteří s tímto tvrzením nesouhlasí poměrně veliké. Téměř jedna třetina respondentů si nemyslí, že by informace, které o olympiádě získávají, byly ovlivněny médii a sponzory.

Hypotéza 4.: Respondenti souhlasí s tvrzením, že nejvěrohodnější informace podávají média veřejné služby.

Výsledky z provedených dotazníků potvrdily, že média veřejné služby podle dotázaných respondentů podávají věrohodné informace. Téměř stejný počet respondentů odpověděl, že neví, která média podávají nejvěrohodnější informace nebo konkrétní název i přes výzvu neuvedl. Z tohoto důvodu není možné stoprocentně potvrdit ani vyvrátit danou hypotézu.

Hypotéza 5.: Většina respondentů si myslí, že média věnují během olympiády všem sportům stejnou pozornost.

Hypotézu se potvrdit nepodařilo. Většina dotázaných si myslí, že média nevěnují všem sportům stejnou pozornost.

Hypotéza 6.: Účast na olympiádě je pro sportovce nejvyšší možnou motivací k tréninku.

Z výsledků se podařilo zjistit, že je účast na olympijských hrách velkou motivací k tréninku. Podle odpovědí však nemůžeme jednoznačně potvrdit, že by se jednalo o nejvyšší možnou motivaci. Hypotéza byla vyvrácena. Olympiáda je pro sportovce velkou motivací, není však jedinou motivací k tréninku.

Hypotéza 7.: Během olympijských her sportovci pocítují tlak ze strany médií a sponzorů, nicméně nemají podle nich takovou moc, že by dokázaly úplně měnit olympijskou realitu.

Můžeme potvrdit danou hypotézu. Během olympijských her jsou sportovci pod tlakem médií i sponzorů, většina si však nemyslí, že by média dokázala úplně měnit olympijskou realitu.

Z provedené analýzy praktické části práce je zřejmé, že olympiáda zvyšuje zájem o sport v době konání olympijských her. Diváci, kteří sledují olympijské hry, sledují i sporty, které by v televizi nesledovali, kdyby nebyla olympiáda. Dotázaní, jež se nezajímají o sport, olympijské hry nesledují. Publikum získává většinu informací prostřednictvím televize a internetu. Olympijské hry jsou považovány za svátek sportu, a to jak z pohledu aktivních účastníků, tak z pohledu diváků.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

BUERMANN, U. *Jak (pře)žít s médii: Příležitosti a hrozby informačního věku a nové úkoly pedagogiky*. Hranice: FABULA, 2009. ISBN 978-80-8660-58-1.

DĚKANOVSKÝ, J. *Sport, média, mýty: Zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové*. 1. vyd. Praha: Dokořán, 2008. ISBN 978-80-7363-131-4.

DOVALIL, J, K BAUER, T DOLEŽAL, A HOGENOVÁ, M CHALUPECKÁ, M CHOUTKA, N KNORRE, F KOLÁŘ, A RYCHTECKÝ, et al. *Olympismus*. 1. vyd. Praha: Olympia, 2004. ISBN 80-7033-871-7.

FIKOTOVÁ-CONNOLLYOVÁ, O. *Kruhy osudu*. 1. vyd. Řitka: Daranus, 2007. ISBN 978-80-86983-28-8.

JEŠUTOVÁ, E, et al. *Od mikrofonu k posluchačům: Z osmi desetiletí českého rozhlas*. Praha: Český rozhlas, 2003. ISBN 80-86762-00-9. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/rozhlasovahistorie/kestazeni>.

KOSÍK, M. *Olympismus*. V Tribunu vyd. 1. Brno: Tribun EU, 2010. 184 s. Knihovnicka.cz. ISBN 978-80-7399-975-9.

KÖPPLOVÁ, B. a kol. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0632-1.

MUSIL, J. *Elektronická média v informační společnosti*. Praha: Votobia, 2003. ISBN 80-7220-157-3.

NOVOTNÝ, F. *Stručný přehled dějin tělesné výchovy a sportu: magisterské studijní programy: bakalářské studijní programy: studijní opora pro prezenční i kombinovanou*

formu studia. Vyd. 1. V Ústí nad Labem: Univerzita J.E. Purkyně, 2006. 94 s. Skripta. ISBN 80-7044-833-4.

PACOVSKÝ, J. *Na vlnách rozhlasu: (1923-1993)*. Vyd. 1. Praha: Český rozhlas, 1993. ISBN 80-238-2754-5.

PACUT, M a KOSÍK, M. *Dějiny moderního sportu: vybrané kapitoly pro studenty sportovního managementu*. 1. vyd. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2009. ISBN 978-80-248-2003-3.

SEKOT, A. *Sociologické problémy sportu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2562-8.

SEKOT, A. *Sociologie sportu*. Brno: Masarykova univerzita, 2006. 410 s. ISBN 80-210-4201-X.

SLEPIČKA, P, et al. *Divácká reflexe sportu*. Vydání první. Praha: Karolinum, 2010. ISBN 978-80-246-1838-8.

WALTERS, G. *Berlínské hry: olympijský sen ukradený Hitlerem*. 1. vyd. v českém jazyce. Praha: BB/art, 2007. 399 s., [16] s. obr. příl. ISBN 978-80-7381-207-2.

Olympijská charta. Praha: Český olympijský výbor, [199-]- . Olympijská knihovnička.

SEZNAM POUŽITÝCH AKADEMICKÝCH PRACÍ

BENÁKOVÁ, I. *Motivace diváků pro sledování významných sportovních televizních přenosů*. Praha, 2012. Diplomová práce, Univerzita Jana Amose Komenského, Sociální mediální komunikace. Vedoucí diplomové práce: Mgr. Michal Schuster

JANÁČEK, P. *Sport a masová média* [online]. Brno, 2012 [cit. 2012-02-22]. Diplomová práce. Masarykova univerzita. Vedoucí práce doc. PhDr. Aleš Sekot, CSc. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/135177/fsps_b_b1.

JELÍNKOVÁ, T. *Jazykové prostředky sportovní žurnalistiky Deníku Rovnost*. [online]. Brno, 2008. [cit. 2015-05-20]. Diplomová práce, Fakulta sociálních studií, Katedra mediálních studií a žurnalistiky. Diplomová práce. Masarykova univerzita. Vedoucí práce doc. PhDr. Jiří Poláček, CSc. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/57454/fss_m

KOVAŘÍKOVÁ, H. *Sportovní zpravodajství v agendě českých deníků: proměny pokrytí a prezentace sportu a vliv na veřejnou agendu v letech 1993 – 2007* [online]. Praha, 2009. [cit. 2015-05-20]. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Vedoucí diplomové práce PhDr. Alice Tejkalová, PhDr. Tomáš Trampota, Ph.D. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/dtdownload/8800026530/?lang=en>.

MEZNÍK, J. *Středověké hry a sport* [online]. Brno, 2008 [cit. 2015-05-20]. Bakalářská práce, Masarykova univerzita, Fakulta sportovních studií, Katedra pedagogiky a sportu. Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Radim Šíp, Ph.D. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/110442/fsps_b/

MINAŘÍK, I. *Olympijské ideály: otazníky a vykřičníky* [online]. Brno, 2006 [cit. 2015-05-20]. Bakalářská práce, Masarykova univerzita, Fakulta sportovních studií, Katedra společenských studií. Vedoucí bakalářské práce: doc. PhDr. Aleš Sekot, CSc. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/66187/fsps_b/&gathStatIcon=true

MYSLIVEČKOVÁ, L. *Mediální obraz krasobruslení*. Praha, 2013. Bakalářská práce. Univerzita Jana Amose Komenského, Sociální mediální komunikace. Vedoucí práce: ThDr. et PhDr. Radek Mezulánik, Ph.D.

SEZNAM POUŽITÝCH INTERNETOVÝCH ZDROJŮ

Český olympijský výbor [online]. [cit. 2015-05-26]. Dostupné z: <http://www.olympic.cz>

Česká televize [online]. [cit. 2015-05-26]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz>

Evropská charta sportu [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://www.cuscz.cz/files/291NjZ.pdf>

KOLÁŘ, F a J DOVALIL. *Mezinárodní olympijské hnutí a jeho vývoj* [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: http://www.olympic.cz/www/docs/osmus/mezinarodni_olympijske_hnuti_a_jeho_vyvoj.pdf

Odmaturuj [online]. [cit. 2015-05-26]. Dostupné z: <http://www.odmaturuj.cz>

Hospodářské noviny [online]. [cit. 2015-05-26]. Dostupné z: <http://ihned.cz>

Metodická a informační podpora mediální výchovy [online]. [cit. 2015-05-26].

Dostupné z: <http://www.mediasetbox.cz/cs/>

Český rozhlas [online]. [cit. 2015-05-26]. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/>

Internetová televize Stream [online]. [cit. 2015-05-26]. Dostupné z:

<https://www.stream.cz/>

SEZNAM POUŽITÝCH ZAHRANIČNÍCH INTERNETOVÝCH ZDROJŮ

Official website of the Olympic Movement [online]. [cit. 2015-05-26]. Dostupné z:

<http://www.olympic.org>

OSTATNÍ POUŽITÉ ZDROJE

Televizní dokument 50 let přímého přenosu, Stopáž: 67 minut, Rok výroby: 2005,
režie: Charilaos Karadžos

SEZNAM GRAFŮ

GRAF 1: ZÁJEM O SPORT.....	59
GRAF 2: ZÁJEM O KULTURU.....	60
GRAF 3: POMĚR AKTIVNÍCH SPORTOVců.....	60
GRAF 4: NEJČASTĚJI SLEDOVANÉ SPORTY V TV.....	61
GRAF 5: SLEDOVANOST PŘÍMÝCH PŘENOSŮ Z OH.....	62
GRAF 6: MÉDIA.....	63
GRAF 7: PREFERENCE OH.....	64
GRAF 8: INFORMACE MIMO DOBU KONÁNÍ OH.....	65
GRAF 9: VLIV MÉDIÍ A SPONZORŮ NA OH.....	66
GRAF 10: VĚROHODNOST MÉDIÍ.....	68
GRAF 11: SLEDOVANOST SPORTU BĚHEM OH.....	69
GRAF 12: VYVÁŽENOST MÉDIÍ.....	70
GRAF 13: SPORTY.....	71
GRAF 14: SPORT.....	72
GRAF 15: OH JAKO RYZE SPORTOVNÍ UDÁLOST.....	75

SEZNAM PŘÍLOH

PŘÍLOHA A – DOTAZNÍKY K DIPLOMOVÉ PRÁCI.....	I
PŘÍLOHA B – HLOUBKOVÉ ROZHOVORY.....	II

PŘÍLOHY

Příloha A – Dotazníky k diplomové práci

1) Zajímáte se o sport?

- a) Ano
- b) Ne

2) Zajímáte se o kulturu?

- a) Ano
- b) Ne

3) Jste aktivní sportovec?

- a) Ano
- b) Ne

4) Které sporty sledujete nejčastěji v televizi?

5) Sledujete přímé přenosy z olympijských her?

- a) Ano
- b) Ne

6) Ze kterých médií získáváte informací o olympiádě?

- a) Z tisku
- b) Z rozhlasu
- c) Z televize
- d) Z internetu

7) Preferujete letní nebo zimní olympijské hry?

- a) Letní olympijské hry
- b) Zimní olympijské hry
- c) Obě stejně
- d) Nesleduji žádné

8) Sledujete záznamy (archivní záběry a jiné) či vyhledáváte informace o olympiádě i mimo dobu konání olympijských her?

- a) Ano
- b) Ne

9) Myslíte si, že informace které dostáváte o olympiádě, jsou ovlivněny médii a sponzory?

- a) Ano
- b) Ne

10) Které médium, pokud jde o sport, podává podle vás nejvíc věrohodných informací? (napište prosím konkrétní název média)

11) Jste dostatečně informováni o olympijských hrách prostřednictvím médií?

- a) Ano
- b) Ne

12) Kterých informací by podle vás bylo potřeba víc?

13) Myslíte si, že média věnují v průběhu olympijských her všem sportům stejnou pozornost?

- a) Ano
- b) Ne

14) Sledujete na olympiádě i sporty, které byste jindy nesledovali?

- a) Ano
- b) Ne

15) Dozvěděli jste se díky olympijským hrám o nějakém sportu poprvé?

- a) Ano
- b) Ne

16) Jmenujte jakékoliv 3 olympijské medailisty

17) Co se vám vybaví, když se řekne slovo olympiáda?

18) Jsou podle vás olympijské hry ryze sportovní událostí?

- a) Ano
- b) Ne

- 1) **Are you interested in sport?**
 - a) Yes
 - b) No
- 2) **Are you interested in culture?**
 - a) Yes
 - b) No
- 3) **Do you do some sport?**
 - a) Yes
 - b) No
- 4) **Write 3 sports you watch in TV**

- 5) **Do you watch live broadcast from Olympic Games?**
 - a) Yes
 - b) No
- 6) **From which media do you get the most information from the Olympic Games?**
 - a) Print media
 - b) Radio
 - c) TV
 - d) Internet
- 7) **Do you prefer summer or winter Olympics?**
 - a) Summer Olympics
 - b) Winter Olympics
 - c) Both same
 - d) I don't watch
- 8) **Do you watch recorded broadcast or search for information even outside the time period when the main event takes a place?**
 - a) Yes
 - b) No
- 9) **Are in your opinion information you get about the Olympics affected by media or sponsors ?**
 - a) Yes
 - b) No
- 10) **Which medium do you think can give you most reliable informations about sport?**
- 11) **Do you watch sport during the Olympic Games sport more often than usual?**
 - a) Yes
 - b) No
- 12) **Do you get enought information about the Olympic Games in media?**
 - a) Yes
 - b) No

- 13) What kind of information would you like to get more?**
- 14) Do you think media are giving the same attention to all Olympic sports during the Olympic Games?**
- a) Yes
 - b) No
- 15) Do you watch during Olympics any sports you would not normally watch?**
- a) No
 - b) Ne
- 16) Did you hear about some sport for the first time thanks to the Olympic Games?**
- a) Yes
 - b) No
- 17) Please name 3 olympic medalist**
- 18) What comes to your mind if you think of the Olympic Games?**
- 19) Do you think that the Olympic Games are just about sport?**
- a) Yes
 - b) Ne

Příloha B – Hlubkové rozhovory se sportovci

1) Hlubkový rozhovor - Martina Sáblíková:

1. Je pro vás účast na OH nejvyšší možnou motivací k tréninku? Proč tomu tak je?

Pro mě osobně určitě, protože je to závod, který se koná jednou za 4 roky. Je to závod prestižní pro celý svět. Už jenom to, že je na celém světě relativně mír, takže je to opravdu něco unikátního. Navíc člověk trénuje celé 4 roky samozřejmě na mistrovství světa, mistrovství Evropy a takový ty závody. Na olympiádu se musí připravit forma, aby to přesně vyšlo tam v ten den, a není to vůbec jednoduché. A to dělá olympiádu kouzelnou. To není jako světový pohár, že máte několik závodů, a když jeden nevyjde, tak se ty body dají nahnat na tom dalším. Na olympiádě vám jeden start může změnit život.

2. Jakou roli podle vás hrají média během OH? Mají jinou než ryze zpravodajskou úlohu?

Pro mě osobně, já s médii pracuju už dlouho, a mám mezi nimi i své známé, kteří i když si nevěřím tak mi dokážou pomoci. Třeba řeknou, my tě známe, tohle říkáš nebo tak. Právě proto, že jsou na OH tak dokážou tomu člověku, nebo alespoň mě, protože těch lidí tam pár je a dokážou mi zvednout sebevědomí, což je bezvadné.

3. Mají média takovou moc, že mohou naprosto měnit olympijskou realitu? Zažili jste podobný pocit?

Pro ty lidi, kteří na OH nejsou tak ano, protože každý článek popisuje něco jiného a každý člověk má na určité věci jiný pohled. Takže to, co si přečtou lidi, tady nemusí být stoprocentní pro lidi na olympiádě. Je to také o tom, že každý máme jiný názor a pak to může na určité lidi působit zkresleně. Jinak si myslím, že to média podávají dobře.

4. Pociťujete větší tlak ze strany médií a sponzorů před a v průběhu OH než obvykle?

Samozřejmě pro sponzory je dobré, když má jejich závodník na OH medaili, i když je blbě, že tam ty loga žádné být nemohou. Proto je to na OH trochu odsunuté. Když se člověk fotí po OH s medailemi tak je to úplně jiné. Tlak tam určitě je, protože všichni píšou, že máte šanci na medaili, že se cítíte tak a tak, a člověk musí být silný, aby to ustál. To je důležité, aby ta hlava zůstala taková jako po celou sezónu, pokud se vám daří.

5. Jak vnímá média a spolupráci s nimi samotný sportovec?

Já si nemůžu stěžovat. Já mám média ráda, jsou určitě výjimky. Nejsem takový bulvární člověk, který by o sobě dával vědět, nějaké moc intimní nebo osobní informace. Ale musím říct, že jsem nikdy neměla žádný problém, takže hodnotím jedine kladně.

2) Hlubkový rozhovor – Simona Baumrtová:

1. Je pro vás účast na OH nejvyšší možnou motivací k tréninku? Proč tomu tak je?

Určitě, je to snem každého sportovce zúčastnit se takového sportovního svátku, jako jsou olympijské hry. Každý sportovec se pro to snaží udělat maximum, protože to jsou vzácné závody, které se konají pouze jednou za 4 roky a veškerá příprava je vedena ve čtyřletých cyklech. OH je nepřekonatelná svou atmosférou, všemi sporty v jeden stanovený termín, nejvyšším zastoupením států z celého světa.

2. Jakou roli podle vás hrají média během OH? Mají jinou než ryze zpravodajskou úlohu?

Myslím, že je to především forma zpravodajství, ale po nějakém úspěchu to je i forma marketingu, někdy ne v úplně dobrém slova smyslu.

3. Mají média takovou moc, že mohou naprosto měnit olympijskou realitu? Zažili jste podobný pocit?

Bohužel zažila a bohužel to je i pravda. Většina médií nehledá fakta, ale senzace a s tím mám už bohužel i hodně zkušeností. Nikoho nezajímá, že jste si zaplavala osobní rekord, ale hlavně, že jste si zamávala s Michaellem Phelpsem, nebo že jste si dala jinou snídani, než na kterou jste během závodů zvyklá.

4. Pociťujete větší tlak ze strany médií a sponzorů před a v průběhu OH než obvykle?

Já jsem na OH do Londýna jela s neurčitými ambicemi, chtěla jsem si zaplavat nejlepší osobní výkony a mým přáním bylo dostat se do semifinále. Nikdo ode mě výsledek nečekal a já jsem tím byla více v klidu a mohla se soustředit na to, co mě baví. Ale na OH se obecně klade nejvyšší tlak, protože se OH konají jen jednou za 4 roky.

5. Jak vnímá média a spolupráci s nimi samotný sportovec?

Záleží na formě médií, pokud si sportovec může článek autorizovat, tak je to v pohodě, bohužel většinou se tak neděje a média si najdou jen to, co je zrovna zajímavé, popř. si to něčím ještě vylepší a ve finále z toho může vzniknout úplně jiný článek, než původně měl být a co jste původně řekla.

3) Hlubkový rozhovor – Ondřej Synek:

1. Je pro vás účast na OH nejvyšší možnou motivací k tréninku? Proč tomu tak je?

Není určitě nejvyšší motivací, to je určitě závodění samotné a překonávání soupeřů. Ale je pravda, že OH svoji výjimečností jsou do jisté míry nejvíc, co se týče motivace pro závodění.

2. Jakou roli podle vás hrají média během OH? Mají jinou než ryze zpravodajskou úlohu?

Olympiáda je akce neskutečného rozměru a média samozřejmě zprostředkovávají obraz této akce pro celý svět. Měly by mít jen zpravodajskou úlohu, někdy však může lehce skrze ně někdo prezentovat různé názory celému světu v přímém přenosu.

3. Mají média takovou moc, že mohou naprosto měnit olympijskou realitu? Zažili jste podobný pocit?

Myslím si, že moc ne. Spíše se stávají různé přehmaty, když komentátor nerozumí třeba danému sportu na 100% a hodí nějakou chybu, okamžitě se to přeneso na diváka a ten pak má zkreslené informace.

4. Pociťujete větší tlak ze strany médií a sponzorů před a v průběhu OH než obvykle?

Sponzoři jsou OK, vnímají OH jako vrchol čtyřletého cyklu sportovce a dopřávají mu klid na přípravu, po OH toho samozřejmě patřičně využijí. Média před OH a po OH jsou neskuteční „nenažranci“, ale dá se tomu bránit, pokud se člověk naučí, že první věc je sport a trénink, a pak až nějaké utváření obrazu v médiích.

5. Jak vnímá média a spolupráci s nimi samotný sportovec?

Samozřejmě, že každý sportovec je tak trochu exhibicionista, a média potřebuje, aby měl komu své výkony ukázat. Je to prostě propojeno. Pochybuji, že někdo by vyhrál nějaký závod na OH a byl by rád, kdyby ho při tom nikdo neviděl a nikdo ho nenatočil a nepustil celému světu.

4) Hlubkový rozhovor – Tomáš Verner:

1. Je pro vás účast na OH nejvyšší možnou motivací k tréninku? Proč tomu tak je?

Samotná účast na OH se nedá počítat jako největší motivace k tréninku. To určitě ne. Motivací je tam víc, ale OH se počítají jako ultimativní cíl každého sportovce, pokud se rozhodl sportovat v OH sportu. Těch dílčích motivací, které potřebuje, je víc. Je to dostat se do reprezentace, naplnit své vlastní cíle, které si předsevzal před sezónou. Může tam být spousta cílů od těch osobních, přes cíle trenérského týmu a fanoušků. Olympiáda určitě k motivaci podávat nejlepší výkon pomáhá, ale není to jediný cíl, který sportovce motivuje. Kromě toho máme také neolympijské sporty, kde účast na olympiádě jako motivace odpadá.

2. Proč tomu tak je?

Je tomu tak, protože když už se člověk do té výkonnostní třídy dostane, kde může pomýšlet na OH, tak to je zásadní moment, kdy se láme pohled, kdy se z nějakého snu stává realita. Nastává moment, kdy se OH začínají mít obrovský motivační tah. Samozřejmě o tom někdo může snít od malička, kdy člověk ještě nemá žádné objektivní podklady, pro to, aby mohl doufat, že se tam jednou dostane a přesto ta motivace tam je.

3. Kdy jste na o olympiádě začal snít vy?

U mě to bylo tak, že jsem o OH začal snít, až když jsem měl tu možnost se jí zúčastnit, a tu chvíli to pro mě znamenalo, že budu reprezentovat svoji vlastní zemi na největším, nejprestižnějším závodě, který se koná na světě. A to je obrovská pocta. Tohle mě motivovalo, abych do tréninku dal víc a abych vždy udělal o krok navíc o skok víc než ostatní. Abych byl připravený reprezentovat svou zemi.

4. Jakou roli hrají podle vás média během OH? Mají jinou než ryze zpravodajskou úlohu?

Já můžu říct, jak vnímám já média během OH, ale co dělají média s OH to je podle toho, o čem píšou. O Soči se třeba napsalo spoustu věcí o tom co je tam všechno špatně ale na tu chvíli já si myslím by se mohlo psát jenom o sportu. Co se týče sportu, bylo tam všechno v pořádku. Zařízení pro diváky a pro sportovce, sportoviště byly snadno dostupné, bez nějakých nesnesitelných kontrol. Těch kontrol tam bylo minimum. Jedinou věc, kterou trochu nezvládli, byli národní fanoušci, bylo to velmi proruské, ale to nemá s médii nic společného.

5. Mají média jinou než ryze zpravodajskou úlohu?

Když se zaměříme na sport, média hrají alfu a omegu. Bohužel to dnes tak je, že bez toho aniž by sport byl vidět tak se nedostane vůbec k srdci diváků a nedostane se ani k penězům, které jsou dnes potřeba.

6. Jaký je váš osobní vztah s novináři?

Já jsem si vždy vážil novinářů. Těch, kterých jsem si nevážil, jsem se snažil vyhýbat, abych se nemusel přetvařovat. Ten vztah sportovec novinář je oboustranný. Novináři potřebují sportovce a sportovci potřebují novináře. A myslím, že to je dobré si uvědomit na začátku té spolupráce, aby člověk nešlápnul vedle nebo špatnou nohou. Je potřeba, aby si obě strany vycházely vstříc. Na OH je spousta médií, nejsou tam pouze média sportovní, jsou tam také velké televizní stanice, kterým je potřeba vyjít vstříc o to víc, protože ty potom mají o to větší vliv na veřejnost, což je dobré pro sponzory a pro budoucí smlouvy a kontakty. Tam hraje roli finanční faktor.

7. Jak probíhá komunikace se zástupci médií na olympijských hrách?

Co se týče mojí osobní zkušenosti s médii, tak na všech olympiádách to bylo výborně zvládnuté. Pokud se člověk omezí pouze na oficiální akce, jako jsou tréninky a závody, tak ty média tam mají svoje pozice a člověk se u nich musí zastavit, ale jsou tam protokoly, které na jednu stranu dají dost prostoru médiím a na druhou stranu chrání sportovce a je tam určitá bariéra. Přístup ke sportovci je omezen a novináři mají vyhrazeno 15-20 minut. Zbytek je na sportovcích pokud chtějí poskytovat další informace. Myslím, že OH jako takové to mají moc dobře ošetřené, v tom že dávají dost prostoru oběma stranám. Myslím, že olympiáda vytváří atmosféru, kdy samotná média mají respekt ke sportovním výkonům sportovců a nesnaží se překračovat bariéry, jež jsou olympijským výborem nastaveny. A myslím si, že bariéry jsou nastaveny ideálně.

8. Mají média takovou moc, že mohou měnit olympijskou realitu?

Ano, mají. Média mají takovou moc, že mohou měnit jakoukoliv realitu. Média jsou sedmá velmoc a to můžeme vidět na jakékoliv události například rusko-ukrajinský konflikt nebo válku v Iráku. Proto je potřeba se nehněvat, ale brát některé zprávy s nadhledem nebo je vůbec nebrat v úvahu. Média mají obrovskou moc. Myslím, že mohou měnit úplně náladu OH, ale ne úplně při samotném dění. Myslím, že by mohly, kdyby chtěly spustit nějakou propagandu před olympijskými hrami nebo potom špatně reportovat a udělat závěrem hořkou tečku za olympiádou, ale v průběhu olympiády si myslím, že to ani nejde, protože je tam tolik přímých přenosů, že lidi vidí na vlastní oči, co se děje. Myslím si, že v samotném průběhu olympiády média nemohou změnit úplně pohled na celou olympiádu.

9. Pociťujete větší tlak ze strany médií a sponzorů na OH než obvykle?

To je také téma samo o sobě. V olympijském roce se sponzorské smlouvy musí upravovat, měnit a po dobu trvání olympijských her (měsíc před až do 14 dní po skončení olympiády) je sportovec vázaný jenom na sponzory a partnery českého olympijského týmu, takže tam musí všichni osobní sponzoři jít stranou. Olympionik si své osobní sponzory může ponechat pouze se svolením olympijského výboru, mimo oficiální zóny ve svém volném čase. Tlak je tam samozřejmě velký, největší tlak však vychází z nitra samotného sportovce. Kdyby tlak ze strany médií na sportovce byl podle jeho názoru nepřiměřený, tak má možnost kontaktovat MOV a českou misii, která za ním pošle tiskového mluvčího, který situaci vyřeší.

10. Jak vnímá komunikaci s médii a sponzory samotný sportovec?

Já sám jsem pocítil tu spolupráci s olympijskými partnery několikrát a různě. Na prvních dvou olympiádách jsem spolupracovat také na bázi osobnostních práv se společností Alpine Pro, kde jsem byl zapojen do výběru našich vzorů a uniforem, a to byla moc milá spolupráce. Každopádně ta spolupráce v průběhu olympiády probíhá vždy pod záštitou olympijského výboru a ten nastavuje ten limit, jak se může sportovec zapojit do sponzorských aktivit daného partnera. Kdykoliv si sportovec neví rady komu, kdy a co odpovědět, může zjistit informace u ČOV.

11. Když si se dozvěděl, že pojedíš na OH, s jakým cílem jsi tam jel?

První OH jsou hodně emočně náročné, pro každého sportovce. Nemyslím si, že tam někdo dokáže přijet a vnímat je jenom jako další mistrovství světa nebo další závod. I když v knihách o sportovní psychologii by se všichni sportovci dočetli, že nemají k OH přistupovat jako k ničemu výjimečnému, mají k tomu přistupovat jako k jakémukoliv jinému závodu. Dokonce, kdyby to brali jen jako trénink tak by to bylo ještě lepší. No, pro mě to bylo o reprezentaci svojí země. Je to možná úsměvné, ale obrovský krok před OH bylo první fasování OH oblečení.

12. Proč právě fasování?

Patřit a mít tu příslušnost k nejelitnějšímu týmu, který český národ vysílá na nějakou sportovní akci, potkávat se s OH hvězdami a s vítězi OH při fasování a poté si odnést tu to OH kolekci domů a zkoušet si to oblečení pořád dokola. Ono to je opravdu úsměvné, ale je to neskutečný motivační faktor a já bych to jednou rád zapojil i do fungování ČKS (Český krasobruslařský svaz), protože něco takového u nás nefunguje. Nemáme žádnou příslušnost k reprezentaci. Tohle OH určitě vytváří. Moje první OH byla plná emocí, opravdu jsem cítil, že reprezentuju svůj stát. Nebyl jsem tam

ani tak moc sám za sebe spíš jsem reprezentoval stát a svůj tréninkový tým, takže to moje ego úplně zaniklo v této bouři obrovských emocí.

13. Takže takový nacionalismus?

Nechci tomu říkat nacionalismus, protože to je slovo, které se bere trochu pejorativně a hodně špatně se vysvětluje potom v médiích, ale je to duch nacionalismu. První OH pro mě byla čest, hrdost a pocta, že jsem mohl reprezentovat svoji zemi. A zdůrazňuju to první fasování, to byl zážitek sám pro sebe.

14. Může to být tím, že některé silné týmy a zástupci zemí se silnou sportovní základnou dostávají jednotné sportovní oblečení při prvním závodě v zahraničí a u nás k tomu často dochází až při účasti na olympiádě?

Já si myslím, že v Americe a nemusíme brát jenom Ameriku, například také Rusko, které by nám mělo být bližší po 40 letech okupace, a právě proto je nám tak vzdálené. Tam je to tak, že všichni touží po tom dostat se do národního týmu tak aby mohli nosit tyhle uniformy. Ty uniformy teď v Rusku znamenají i něco jiného, jsou spojené taky s financemi a podporou státu. Stát tam do sportu, dává velké peníze, pro ně je to další příjem. Je to tak trošku elitářství.

15. Co tím myslíte?

To, že člověk cítí příslušnost k nějaké elitě. A teď nechci říct, že jsme někomu nadřazení, ale už jenom v tom sportu, že můžete přijet na lokální soutěž a použít reprezentační uniformu nebo dres i k psychologickému boji, protože najednou přijel někdo z národního týmu. Na OH je týmová uniforma povinností, ale také je to prestiž a myslím, že i kdyby to povinnost nebyla tak by si ji všichni na sebe vzali. Já se vrátím ke svému sportu, když jsme přijeli na mistrovství světa jako 6 různých turistů. A najednou tam chybí tento jednoduchý finančně nenáročný prvek, který dokáže stmelit tým a dokáže mu vnuknout trochu sebedůvěry a sebevědomí. Oproti tomu Amerika, Rusko, ale i Polsko nebo třeba Lotyšsko mají uniformy, tak aby cítili sounáležitost, a proč na těch závodech vůbec jsou. To českému týmu chybí a myslím, že je to důležitý faktor, a proto to asi také hrálo tak důležitou roli při té první OH, že to fasování byla najednou příslušnost k něčemu elitnímu a výjimečnému.

16. Je slavnostní zahájení na OH výjimečnou událostí? Liší se od zahájení jiných soutěží?

Liší se hodně. Na první olympiádě bych si zahájení nenechal ujít za nic na světě. I kdybych měl další den mít ráno trénink a večer bych měl jet závod, tak bych tam chtěl být a chtěl bych pocítit tu atmosféru, protože ta je jedinečná. Tyto ceremonie, které jsou spojené s OH, jako je například zahájení OH, závěrečná ceremonie, zapalování ohně, tak i ceremoniály, které jsou přímo na sportovištích. Tam se předávají pouze květiny, a až poté se dělá medailový ceremoniál, který je zvláštní. Tam se sejde víc sportovců a je to umocněné tím, že najednou tam jsou všichni nejlepší sportovci tohoto světa a setkají se ve čtrnácti dnech na jednom místě. Dnes už jsou hry tak velké, že se ne vždy setkají všichni sportovci úplně na jednom místě, ale i tak člověk najednou pocítuje určitou sounáležitost s něčím úplně výjimečným.

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Lucie Myslivečková

Obor: Sociální a mediální komunikace

Forma studia: prezenční

Název práce: Olympijské hry a média ve 21. století

Rok: 2015

Počet stran textu bez příloh: 82

Celkový počet stran příloh: 12

Počet titulů české literatury a pramenů: 18

Počet internetových zdrojů: 14

Vedoucí práce: ThDr. et PhDr. Radek Mezuláník, Ph.D.